ANAIS DO XVIII SEMINÁRIO INTERNACIONAL DE MÍDIA, INFORMAÇÃO, CIDADANIA E CULTURA

Tendências e Inovações no campo comunicacional e informacional frente às tecnologias contemporâneas



Editores:

Kátia Kelvis Cassiano

Rosana Maria Ribeiro Borges

Antônio Guilherme de Lima Santos

PPGCOM
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO
FIC
FACULDADE DE INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO
UFG
UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS

XVIII SEMINÁRIO INTERNACIONAL DE MÍDIA, CULTURA, CIDADANIA E INFORMAÇÃO (SEMIC): Tendências e inovações no campo comunicacional e informacional frente às tecnologias contemporâneas

Goiânia, 12 a 14 de novembro de 2024

PROMOÇÃO

Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGCOM) da Faculdade de Informação e Comunicação (FIC) da Universidade Federal de Goiás (UFG)

EQUIPE

Coordenação Geral
Profa. Rosana Maria Ribeiro Borges
Profa. Kátia Kelvis Cassiano
Prof. Magno Luiz Medeiros da Silva
Profa. Cássia Oliveira
Doutoranda Letícia Benevides Araújo Almeida
Doutorando Fabrício Soveral
Mestrando Antônio Guilherme de Lima Santos
Mestrando Augusto de Sousa Mendes

Coordenação de Transmissões
Prof. Magno Luiz Medeiros da Silva
Equipe Programa de Extensão Enredos Digitais
https://www.youtube.com/enredosdigitais

Coordenação de Secretaria
Annelise Vinhal Lício
Tessa Monteiro Lettieri

Coordenação de arte e design de site
Profª Cássia Oliveira
Cristiane Iamamoto (Ascom FIC)

Comissão Científica do Evento
Profa. Adriana Pierre Coca
Prof. Alexandre Tadeu dos Santos
Profa. Ana Carolina Rocha Pessôa Temer
Profa. Ana Rita Vidica
Profa. Andréa Pereira dos Santos
Profa. Ângela Teixeira de Moraes
Profa. Kátia Kelvis Cassiano
Profa. Lara Lima Satler
Profª Laura Vilela Rodrigues Rezende

Prof. Luiz Antonio Signates Freitas
Prof. Magno Luiz Medeiros da Silva
Prof. Ricardo Pavan
Profa. Rosana Maria Ribeiro Borges
Prof. Tiago Mainieri de Oliveira

Normalização
Rosana Maria Ribeiro Borges
Antônio Guilherme de Lima Santos

Projeto Gráfico
Kátia Kelvis Cassiano

Diagramação e Editoração Eletrônica
Jocilene Carvalho Mota

Universidade Federal de Goiás
Reitora - Angelita Pereira de Lima
Vice-reitor - Jesiel Freitas Carvalho

Faculdade de Informação e Comunicação
Diretor - Daniel Christino

2025

Endereço
Faculdade de Informação e Comunicação
Av Esperança, s/n, Campus Samambaia
Goiânia-GO, CEP 74690-900

ANAIS DO XVIII SEMINÁRIO INTERNACIONAL DE MÍDIA, INFORMAÇÃO, CIDADANIA E CULTURA

Editores:

Kátia Kelvis Cassiano

Rosana Maria Ribeiro Borges

Antônio Guilherme de Lima Santos



©2025 Programa de Pós-Graduação em Comunicação - PGCOMUFG
©2025 Rosana Maria Ribeiro Borges, Kátia Kelvis Cassiano, Antônio Guilherme de Lima Santos

Diagramação e editoração eletrônica
Jocilene Carvalho Mota

Todo o conteúdo desta publicação está licenciado sob a Licença Creative Commons Atribuição-SemDerivações-SemDerivados 4.0 Internacional. Você está autorizado a compartilhar, copiar e redistribuir o material em qualquer formato ou meio, desde que atribua crédito ao autor original, não modifique o conteúdo de nenhuma forma e não utilize este trabalho para fins comerciais.

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
GPT/BC/UFG

S471 Seminário Internacional de Mídia, Informação, Cidadania e Cultura (18.: 2025 : Goiânia, GO)

Anais do XVIII Seminário Internacional de Mídia, Informação, Cidadania e Cultura [recurso eletrônico] / organizadoras, Kátia Kelvis Cassiano, e Rosana Maria Ribeiro Borges. – Dados eletrônicos (1 arquivo : PDF). – Goiânia: PPGCOM UFG, 2025.

Tema : Tendências e Inovações no campo comunicacional e informacional frente às tecnologias contemporâneas.
Evento realizado : 12 a 14 de novembro de 2024 em Goiânía, Goiás
ISSN : 2318-4876

1. Comunicação - Congressos. 2. Inovações tecnológicas. 3. Comunicação na tecnologia. I. Cassiano, Kátia Kelvis. III. Borges, Rosana Maria Ribeiro.

CDU: 316.776

Bibliotecário responsável: Enderson Medeiros / CRB1: 2276

XVIII SEMINÁRIO INTERNACIONAL DE MÍDIA, CULTURA, CIDADANIA E INFORMAÇÃO (SEMIC): Tendências e inovações no campo comunicacional e informacional frente às tecnologias contemporâneas

Goiânia, 12 a 14 de novembro de 2024

PROMOÇÃO

Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGCOM) da Faculdade de Informação e Comunicação (FIC) da Universidade Federal de Goiás (UFG)

EQUIPE

Coordenação Geral
Profa. Rosana Maria Ribeiro Borges
Profa. Kátia Kelvis Cassiano
Prof. Magno Luiz Medeiros da Silva
Profa. Cássia Oliveira
Doutoranda Letícia Benevides Araújo Almeida
Doutorando Fabrício Soveral
Mestrando Antônio Guilherme de Lima Santos
Mestrando Augusto de Sousa Mendes

Coordenação de Transmissões
Prof. Magno Luiz Medeiros da Silva
Equipe Programa de Extensão Enredos Digitais
https://www.youtube.com/enredosdigitais

Coordenação de Secretaria
Annelise Vinhal Lício
Tessa Monteiro Lettieri

Coordenação de arte e design de site
Profª Cássia Oliveira
Cristiane Iamamoto (Ascom FIC)

Comissão Científica do Evento
Profa. Adriana Pierre Coca
Prof. Alexandre Tadeu dos Santos
Profa. Ana Carolina Rocha Pessôa Temer
Profa. Ana Rita Vidica
Profa. Andréa Pereira dos Santos
Profa. Ângela Teixeira de Moraes
Profa. Kátia Kelvis Cassiano
Profa. Lara Lima Satler
Profª Laura Vilela Rodrigues Rezende

Prof. Luiz Antonio Signates Freitas
Prof. Magno Luiz Medeiros da Silva
Prof. Ricardo Pavan
Profa. Rosana Maria Ribeiro Borges
Prof. Tiago Mainieri de Oliveira

Normalização
Rosana Maria Ribeiro Borges
Antônio Guilherme de Lima Santos

Projeto Gráfico
Kátia Kelvis Cassiano

Diagramação e Editoração Eletrônica
Jocilene Carvalho Mota

Universidade Federal de Goiás
Reitora - Angelita Pereira de Lima
Vice-reitor - Jesiel Freitas Carvalho

Faculdade de Informação e Comunicação
Diretor - Daniel Christino

2025

Endereço
Faculdade de Informação e Comunicação
Av Esperança, s/n, Campus Samambaia
Goiânia-GO, CEP 74690-900

APRESENTAÇÃO

Há dezoito anos o Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGCOM) da Faculdade de Informação e Comunicação (FIC) da Universidade Federal de Goiás (UFG) organiza um evento que, com o tempo, cresceu e tornou-se o Seminário Internacional de Mídia, Cultura, Cidadania e Informação (Semic). A estrutura do Semic, que ocorre no formato remoto e com inscrições gratuitas, envolve conferências e Grupos de Trabalho (GTs).

A XVIII edição do Semic tem como tema central as "Tendências e inovações no campo comunicacional e informacional frente às tecnologias contemporâneas". Os avanços das sociedades têm inserido novas tecnologias digitais que facilitam os afazeres cotidianos da humanidade. Portanto, muitas atividades sociais e culturais estão imersas na instantaneidade informacional dessas inovações que, ao mesmo tempo em que contribuem para o progresso das inovações comunicacionais, também geram tendências e desafios sobre as reflexões consensuais na utilização das ferramentas de produção de realidade aumentada e virtual na experiência do usuário com a manipulação da informação por meio do engajamento dos meios de comunicação.

Nesse sentido, o debate ético, estético e teórico é essencial para que se possa refletir sobre o uso das novas mídias dentro do nosso contexto científico e profissional, numa era histórica em que essas inovações se relacionam como uma extensão da vida humana. Os impactos tecnológicos e suas relações com as novas ferramentas de comunicação nos permitem, desta forma, reflexões sobre as mais diversas configurações culturais, informacionais e cidadãs. Possibilitam também a compreensão de uma nova transformação do campo comunicacional e informacional para a sociedade, calcada nos impactos das novas análises e proteção de dados e de inteligências artificiais que são, cada vez mais, atravessadas por lógicas de cibersegurança virtual, das técnicas e da mediação da interface virtual.

No XVIII Semic, tais questões foram abordadas nas conferências e transversalizadas nos Grupos de Trabalho (GTs), cujos resultados estão reunidos nestes Anais Eletrônicos, publicados em 2025.

Comissão Organizadora

Conteúdo

GT 1 - CIDADANIA E LEITURA CRÍTICA DA MÍDIA

MIGRAÇÃO E REFÚGIO NO CONTEXTO DAS PESQUISAS BRASILEIRAS EM COMUNICAÇÃO: UMA REVISÃO INTEGRATIVA
Laura Santos de Souza; Sofia Cavalcanti Zanforlin 12

HABERMAS E A TEORIA DA AÇÃO COMUNICATIVA: A COMUNICAÇÃO DE AGENTES POLÍTICOS DURANTE AS ENCHENTES DO RIO GRANDE DO SUL
Aline dos Santos; Felipe Ferreira de Souza Fulquim; Núbia da Cunha Simão 47

JORNALISMO E CONFLITOS MILITARES: COBERTURA DA GUERRA DA UCRÂNIA NO BRASIL
Vinícios Martins do Vale 63

PUBLICIDADE, DIREITOS HUMANOS, CIDADANIA E A SINALIZAÇÃO DE VIRTUDES
Leo Mozdzenski 83

A INTERAÇÃO (OU NÃO) ENTRE ATORES SOCIAIS COMO PROCESSADOR COMUNICACIONAL
Valéria dos Santos Nascimento; Tiago Mainieri 104

DIÁRIO DE GUERRA: A NARRATIVA DE HASAN RABEE SOBRE GAZA E O DESAFIO À REPRESENTAÇÃO MIDIÁTICA
Stefany Alfredo 119

QUEM SÃO OS LEITORES DO JORNAL UFG: PRIMEIRAS IMPRESSÕES
Kharen Stecca Steindorff 130

CONSUMO DE CONTEÚDOS SOBRE AUTISMO: O GRITO DA SUBCIDADANIA A PARTIR DE UMA LEITURA CRÍTICA
Thâmara Sampaio Vasconcelos Vilela; Ângela Teixeira de Moraes 147

A ESFERA PÚBLICA DIGITAL: ALGORITMOS, REGULAÇÃO E LIBERDADE EM REDE
Bruno Eduardo Balduino de Souza; Mendes Zeferino Pereira Padeira 164

ESPAÇOS DIGITAIS DE PARTICIPAÇÃO PÚBLICA: REPERCUSSÃO DO CONFLITO NO ORIENTE MÉDIO ATRAVÉS DE POST DE LULA NO BLUESKY
Fabrício Soveral 180

A REPRESENTAÇÃO DO CORPO GORDO NA MÍDIA: O REFORÇO À GORDOFOBIA PELO FILME "A BALEIA"
Carolina Bernardi 195

DA ARTE À MERCADORIA: O PENSAMENTO DE BENJAMIN COMO FUNDAMENTO TEÓRICO PARA UMA CRÍTICA À PADRONIZAÇÃO SOCIAL DO CORPO
Priscilla Paranhos; Tânia Hoff 211

GT 2 - INTERFACES DA INFORMAÇÃO

ESTUDO TENSIONAL ENTRE COMUNICAÇÃO E INFORMAÇÃO: UMA PERSPECTIVA PARA A INTERDISCIPLINARIDADE
Larissa Andrade Batista Cavalcanti; Andréa Pereira dos Santos 225

CENÁRIOS E TENDÊNCIAS DO JORNALISMO EM FUNÇÃO DO PÚBLICO E AUTOMAÇÃO
Zanei Ramos Barcellos; Paulo Almeida 238

PODCAST COMO LUGAR PARA “AQUILOMBAR” E BUSCAR LETRAMENTOS
Rose Mendes da Silva; Andréa Pereira dos Santos 253

SAÚDE MENTAL NO BRASIL: ESTUDO DA CIRCULAÇÃO DE INFORMAÇÕES NO PERÍODO DE 2010-2019 NA REDE SOCIAL X
Geovana Pereira Correia; Douglas Farias Cordeiro 271

ENTRE O DIÁLOGO E A PRODUTIVIDADE: PERSPECTIVAS E REFLEXÕES À LUZ DA COMUNICAÇÃO, INFORMAÇÃO E O COMPORTAMENTO INFORMACIONAL
Sara da Cruz Vieira; Andréa Pereira dos Santos 290

O MEIO É A MENSAGEM: ANÁLISE DO TRATAMENTO TEMÁTICO DA INFORMAÇÃO E SUAS ABORDAGENS ATRELADAS A MÍDIAS SOCIAIS
Hadrya Caroline Costa Silva; Lais Pereira de Oliveira 306

VOZES COLORIDAS: UMA REFLEXÃO SOBRE A PRESENÇA DE PESSOAS LGBTQIAPN+ NA PODOSFERA
Lucas Alves Caetano; Mikaela Esber Pasa; Katia Kelvis Cassiano 320

INFORMAÇÃO ÉTNICO-RACIAL NO ENSINO SUPERIOR: PRÁTICAS E DESAFIOS
Sara da Cruz Vieira; Andréa Pereira dos Santoso 335

ENTRE O JORNALISMO COM DADOS E O JORNALISMO DE DADOS: A EXPERIÊNCIA DO JORNAL ESTADO DE MINAS
Ana Júlia da Cruz Costa; Julia Ayumi Kuramoto Kubo; Mariza Fernandes dos Santos 351

A PRODUÇÃO DE SEMIOSES PELAS AFFORDANCES DA PUBLICIDADE PROGRAMÁTICA
João Batista Nascimento dos Santos 367

FRAGMENTOS DA IDENTIDADE DIGITAL: UMA ANÁLISE CRÍTICA SOBRE EXPLORAÇÃO DE DADOS PESSOAIS E CRIMES DIGITAIS NAS PRÁTICAS MIDIÁTICAS CONTEMPORÂNEAS
André de Nardi Senna Moraes 384

LETRAMENTO EM INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL PARA PÓS-GRADUANDOS
Larissa Bárbara Borges Drumond; Laura Vilela Rodrigues Rezende 400

PERSPECTIVAS COMUNICACIONAIS DA INVESTIGAÇÃO SOBRE COMUNICAÇÃO CIENTÍFICA: TENSIONAMENTOS TEÓRICO-EPISTEMOLÓGICOS
Larissa Bárbara Borges Drumond; Laura Vilela Rodrigues Rezende 416

O ENSINO "IA" APRENDIZAGEM: FERRAMENTAS DE INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL COMO ESTRATÉGIAS PARA A SALA DE AULA EM PUBLICIDADE
Vitória Karina Rodrigues Pereira; Juliana Petermann 436

ANÁLISE EXPLORATÓRIA DE TCCs DE JORNALISMO: UMA ABORDAGEM BASEADA NA METODOLOGIA KDD
Jessica Santos Nascimento; Yasmin Marie Ishizuka de Rezende; Kátia Kelvis Cassiano 455

GESTÃO DOCUMENTAL DE TCCs: AÇÕES NA COORDENAÇÃO DO CURSO DE JORNALISMO FIC/UFG
Yasmin Marie Ishizuka de Rezende; Jessica Santos Nascimento; Kátia Kelvis Cassiano 470

IMPLEMENTAÇÃO DA BIBLIOTECA DIGITAL ROGER MELLO: USO DO WORDPRESS E TAINACAN PARA A ORGANIZAÇÃO E ACESSIBILIDADE DE COLEÇÕES DIGITAIS
Aparecida de Oliveira Silva; Laura Vilela Rodrigues Rezende; Maria das Graças Monteiro Castro 488

GT 3 - ESTUDOS DE CINEMA, AUDIOVISUAL E STREAMING

MALE GAZE: COMO A MÍDIA E O ENTRETENIMENTO RETRATAM MULHERES SOB O OLHAR MASCULINO
Daiana Stasiak; João Rios Bastos; Jhully Enny Nascimento Arrais; Nathália Rezende Magalhães 507

O OLHAR EM "PRA FRENTE, BRASIL" (1982)
Güinewer Inaê Bueno de Queiroz; Rodrigo Cássio Oliveira; Ana Rita Vidica 523

O FILME JANELA INDISCRETA DE ALFRED HITCHCOCK SOB A ÓTICA DO ESQUEMA DE ACTANTES DE GREIMAS
Marcus Felipe Gouveia de Paula; Ricardo Pavan; Rodrigo Cássio Oliveira 541

ANÁLISE DE COMUNIDADES EM LIVESTREAMS: APLICAÇÃO DA METODOLOGIA NO CANAL DO STREAMER GUSTAVO MINERVA
Artur Oliari Lira 559

ROSTO, GESTOS E DRAMA: SOBRE AS ATUAÇÕES DE GUNNAR BJÖRNSTRAND E LARS PASSGÅRD EM ATRAVÉS DE UM ESPELHO, DE INGMAR BERGMAN
Thiago da Silva Rabelo 575

O QUE HÁ DE COMUNICACIONAL NO ESTILO CINEMATOGRÁFICO (?): UMA REFLEXÃO A PARTIR DA ANÁLISE DE O ECLIPSE, DIRIGIDO POR MICHELANGELO ANTONIONI
Thiago da Silva Rabelo; Alexandre Tadeu dos Santos 591

VILÕES E ANTI-HERÓIS: OS ESTÁGIOS DA SAGA DO ANTI-HERÓI, PERSPECTIVA E CONTEMPORANEIDADE
Renan da Silva Dalago; Alexandre Tadeu dos Santos 611

NARRATIVAS DA DOPAMINA: AS ESTRATÉGIAS DA ATENÇÃO NAS REDES SOCIAIS
Vinícios Serrão; Adriana Pierre Coca 629

GT 4 - JORNALISMO, MÍDIAS E DIREITOS HUMANOS

DIVERGÊNCIAS ENTRE JORNALISTAS E CIENTISTAS NA PRÁTICA DO JORNALISMO CIENTÍFICO: UMA PROPOSTA DE PESQUISA EMPÍRICA
Carolina Abbadia Melo; Magno Medeiros 649

CASO JOSÉ CRISTIAN GÓES: OS SISTEMAS DE COMUNICAÇÃO, JURÍDICO E POLÍTICO NA PERSPECTIVA LUHMANNIANA
Jacqueline Alves de Oliveira; Suzy Meiry Silva; Valéria dos Santos Nascimento 668

PRÁTICA COMUNICACIONAL DO JORNALISMO NA UNIVERSIDADE: UM "PROCESSADOR COMUNICACIONAL" EM BUSCA DE DEFINIÇÃO
Carolina Abbadia Melo; Luiz Signates 688

JORNALISMO DE REMEDIAÇÃO: CONCEITO E PRÁTICA NO TELEJORNALISMO LOCAL
Kellen Ceretta; Rosana Maria Ribeiro Borges 708

PROJETOS DE CHECAGEM DE FATOS NA AMÉRICA DO SUL: DO COMBATE À DESINFORMAÇÃO À REVALORIZAÇÃO DO JORNALISMO
Luciane Fassarella Agnez; Isis Borges Figueira; Letícia Lourencetti Barbosa; Maria Eduarda Arruda de Sousa 723

PERFIL DOS PROFISSIONAIS DE TELEJORNALISMO NO ESPÍRITO SANTO: UMA ANÁLISE QUANTI-QUALITATIVA
Patrick Lóss Fernandes da Silva; Arthur Fiel 743

NÓS, MULHERES DA PERIFERIA: AGENTES DO CAMPO EM EXPRESSÃO INTERSECCIONAL NA MATERIALIDADE DISCURSIVA EM SAÚDE
Thalita Mascarelo da Silva; Katia Lerner 760

ACESSIBILIDADE COMUNICATIVA NO TELEJORNALISMO: UMA ANÁLISE DO ESPECIAL "FALAS DE ACESSO" DA TV GLOBO
Sabryna Moreno da Silva 777

JORNALISMO CLIMÁTICO: PRINCÍPIOS NORTEADORES EM REPORTAGENS DE DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA SOBRE O PROJETO NAPI EMERGÊNCIA CLIMÁTICA
Artur Oliari Lira; Criselli Maria Montipó 795

A FUNÇÃO DA MÍDIA PARA A INCLJUSÃO SOCIAL DAS PESSOAS COM DEFICIÊNCIA, UM RECORTE SOBRE A TEORIA FUNCIONALISTA
Lorrayne Caroline dos Santos; Magno Luiz da Silva Medeiros 810

PRÁTICAS DISCURSIVAS SOBRE O AUTISMO NO TELEJORNALISMO BRASILEIRO: UM RETRATO OU UMA RETRATAÇÃO À LUS DOS DIREITOS HUMANOS?
Thâmara Sampaio Vasconcelos Vilela; Ângela Teixeira de Moraes 824

INVESTIGANDO A ATUAÇÃO DAS MULHERES JORNALISTAS NO BRASIL: HÁ NICHOS TEMÁTICOS NA PRODUÇÃO JORNALÍSTICA COM FOCO EM GÊNERO?
Nayara Nascimento de Sousa 846

AS ENCHENTES DE MAIO DE 2024 NO RIO GRANDE DO SUL ENQUANTO ACONTECIMENTO JORNALÍSTICO
Laurent de Lima Keller; Rejane de Oliveira Pozobon 862

GT 5 - IDENTIFICAÇÕES CULTURAIS E HISTÓRIA DA COMUNICAÇÃO

HISTÓRIA DA CHEGADA DA PRIMEIRA EMISSORA DE TV EM GOIÁS: O QUE CONTAM AS PÁGINAS DO JORNAL FOLHA DE GOIAZ
Adriana Teixeira de Moraes; Rosana Maria Ribeiro Borges 883

BALENGACIA - UMA HISTÓRIA MODERNA
Luiza B Bucker 905

A NARRATIVA JORNALÍSTICA SOB A PERSPECTIVA DAS INTERFERÊNCIAS HEGEMÔNICAS HETERONORMATIVAS: REFLEXÕES CUIR SOBRE A HIPÓTESE DO NEWSMAKING
Antônio Guilherme de Lima Santos; Rosana Maria Ribeiro Borges 920

CONSUMO CULTURAL DA SIMBOLOGIA ADINKRA NO BRASIL
Juliano Pimenta Fagundes; Ricardo Pavan 938

APONTAMENTOS SOBRE GÊNERO, SEXUALIDADE E TRABALHO EM UMA ANÁLISE DA REVISTA LAMPIÃO DA ESQUINA
Karen Greco Soares; Lindamir Salete Casagrande 954

A INTRA-COMUNICAÇÃO CULTURAL EM ANGOLA: O USO DE PROVÉRBIOS PARA RESOLUÇÃO DE CONFLITOS OU ADVERTÊNCIA NA ETNIA KIMBUNDU
Augusto Mendes 969

30 ANOS DA CBN GOIÂNIA - A PRIMEIRA RÁDIO ALL NEWS DO ESTADO
Maria Tereza Lemes Moreira Carneiro; Valmir Teixeira de Araújo 989

LITERATURA DE CORDEL E CULTURA POPULAR: UMA REFLEXÃO TEÓRICA
Daniele de Lima da Silva 1013

JORNALISMO NARRATIVO: TRANSMÍDIA E OUTROS MEIOS COMO POSSIBILIDADE EM UM CONTEXTO DE CRISE
Mariana Brito Xavier; Nilton José dos Reis Rocha; Güinewer Inaê Bueno de Queiroz 1030

GT 6 - TEORIA, DISCURSO E ÉTICA DA COMUNICAÇÃO

BLIU: REFLEXÕES COMUNICACIONAIS SOBRE A LINGUAGEM EM USO
Luiz Eduardo Krüger Dias; Luiz Antônio Signates 1046

FRAGMENTAÇÃO DA ESFERA PÚBLICA E JORNALISMO NA ERA DIGITAL: UMA ANÁLISE SOB A ÓTICA DA AÇÃO COMUNICATIVA
Erica Morais Ribeiro Neves; Laila Diana dos Santos 1061

DAS INCOMUNICABILIDADES ÀS COMUNICABILIDADES NO CONFLITO MILITAR EM CABO DELGADO
Edgar Mundulai Armindo Barroso 1075

FALANDO SOBRE AUTISMO ENTRE AUTISTAS: UM RELATO DE EXPERIÊNCIA SOBRE O PODCAST INTROVERTENDO
Tiago Abreu; Ana Carolina Macêdo Cardoso; Luiz Signates 1094

IGUAL, MAS DIFERENTE: OS INTERDISCURSOS SOBRE AUTISMO E NEURODIVERSIDADE NA FOLHA DE S. PAULO
Tiago Abreu; Luiz Signates; Ângela Teixeira de Moraes 1110

GT 7 - GIRA VISUAL: IMAGENS E NARRATIVAS

DAMANTIO MEMORIAE E ICONOCLASTIA NO MUNDO ANTIGO
Elizabeth Sariedine 1126

O PARADIGMA DA CELEBRIDADE NAS RELAÇÕES PÚBLICAS: O CASO KATE MIDDLETON
Júlia Oliveira; Leticia Matheus 1144

TRAVESTIS E O DIREITO DE OLHAR E EXISTIR: UMA ANÁLISE SOBRE A CONTRAVISUALIDADE PRESENTE NAS FOTOGRAFIAS DE DAN AGOSTINI
Lucas Alves Caetano; Ana Rita Vidica 1158

O NOVO E O TRADICIONAL - IBORU: UMA ANÁLISE DO DISCURSO
Thais Ortega Pichinin 1173

DECOLONIZANDO O MTG: REMIXES VIRAIS NAS REDES SOCIAIS OBSERVADO POR LENTES BARBERIANAS 1189

AFROFUTURISMO E DECOLONIALIDADE EM MOOD 4 EVA DE BEYONCÉ: UMA ANÁLISE DAS VISUALIDADES E DISCURSIVIDADES 1205

OS PERSONAGENS VIRTUAIS E A PERSUASÃO INDIRETA NAS PUBLICIDADES DE MARCAS DE MODA NAS REDES SOCIAIS 1226

A NOSTALGIA NA ERA DA IA: MEMÓRIA, HISTÓRIA E IDENTIDADE NO COMERCIAL DA VW 70 ANOS 1237

IDENTIDADE GORDA: A CONSTRUÇÃO DA PERSONAGEM KATE EM THIS IS US 1258

BACURAU (2019): UM LEVANTAMENTO BIBLIOGRÁFICO 1279

ENTRE A FLUIDEZ DA CACHOEIRA E A SABEDORIA DAS RAÍZES PROFUNDAS: UMA TENTATIVA DE PENSAR COM AS IMAGENS DAS MULHERES KALUNGA 1297

ALÉM DO OLHAR ESCOPOFÍLICO: RESSONÂNCIA CARNAL NO CONSUMO FEMININO DE PORNOGRAFIA 1317

O ALGORITMO DO TIKTOK E A INVISIBILIDADE DE MULHERES NEGRAS NA PRODUÇÃO DE CONTEÚDO EDUCACIONAL 1332

SEMIÓTICA APLICADA: ANÁLISE DO ANÚNCIO PUBLICITÁRIO DO PROGRAMA TURISMO ACESSÍVEL DO GOVERNO FEDERAL DO BRASIL SOB O ESPECTRO DA TEORIA PEIRCEANA 1349



GT 1

CIDADANIA E LEITURA CRÍTICA DA MÍDIA

MIGRAÇÃO E REFÚGIO NO CONTEXTO DAS PESQUISAS BRASILEIRAS EM COMUNICAÇÃO: UMA REVISÃO INTEGRATIVA

Laura Santos de Souza[1]
Sofia Cavalcanti Zanforlin[2]

RESUMO

Buscamos compreender como as pesquisas em comunicação têm abordado o tema das migrações e do refúgio na contemporaneidade. Realizamos uma revisão integrativa na Plataforma CAPES, a partir da seguinte pergunta-norteadora: quais são as principais temáticas estudadas no campo de pesquisa em comunicação para investigar as migrações e o refúgio? Observamos como os estudos são fortemente marcados pelo uso da entrevista. Entendemos tal escolha como processo de construção de pesquisas mais dialógicas.

Palavras-chave: Migrações; Refúgio; Comunicação; Revisão Integrativa.

MIGRATION AND REFUGE IN THE CONTEXT OF BRAZILIAN COMMUNICATION RESEARCH: AN INTEGRATIVE REVIEW

ABSTRACT

We sought to understand how communication research has approached the topic of migration and refuge in contemporary times. We conducted an integrative review on the CAPES Platform, based on the following guiding question: what are the main themes studied in the field of communication research to investigate migration and refuge? We observed how the studies are strongly marked by the use of interviews. We understand this choice as a process of constructing more dialogic research.

Keywords: Migrations; Refuge; Communication; Integrative Review.

INTRODUÇÃO

De acordo com o Relatório Mundial sobre Migrações de 2024 existem cerca de 281 milhões de migrantes em todo o mundo. O número de pessoas deslocadas dentro ou fora de seus países de origem, devido a conflitos, violência, instabilidade política ou econômica, bem como por causa de mudanças climáticas e outros desastres tem aumentado consideravelmente, indica o documento. Em 2022, foram 117 milhões de pessoas deslocadas em todo o mundo e 71,2 milhões de deslocados internos. O número de pedidos de asilos

[1] Doutoranda no Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGCom), da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), mestra em estudos da mídia pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). email: laurasantosdes@gmail.com
[2] Professora do Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal de Pernambuco. Doutora em Comunicação e Cultura pela Universidade Federal do Rio de Janeiro, sofia.zanforlin@ufpe.br

aumentou de 4,1 milhão em 2020 para 5,4 milhões em 2022, um aumento de mais de 30%, segundo os dados do relatório.

Sayad (1998) escreve sobre como a lógica de emigração pode ser lida como sistema, assim como a colonização o é, que possibilita a manutenção de certos *status* e corrobora com relações de dominação semelhantes a esta. As melhores condições de vida, trabalho, moradia e saúde são designadas aos "nacionais", enquanto para os imigrantes a tendência é sempre desigual.

> Por durar tanto, por se generalizar a ponto de se tornar um dado estrutural de todos os países desenvolvidos e, mais fundamentalmente, por se institucionalizar sob a forma da oposição intrínseca entre um mundo da emigração (que tende a se confundir com o mundo do subdesenvolvimento) e o mundo da imigração (mundo identificado com o mundo desenvolvido) e, dessa forma, por se universalizar, a imigração acabou por constituir-se em sistema. É sistema assim como a colonização, segundo se disse, formava um sistema; é sistema porque é igualmente dotada de uma lógica própria, porque tem seus efeitos e suas causas próprias, bem como suas condições quase autônomas de funcionamento e de perpetuação. (Sayad, p. 105, 1998)

A oposição nítida de que fala o autor tem sido também foco de estudos de diversos campos da comunicação. Como Denise Cogo (2015) aponta, as mídias têm sido um importante espaço simbólico de construção do posicionamento do país, "a mídia intervém através da oferta de um fluxo de narrativas relacionadas ao reconhecimento e debate públicos sobre essa nova imigração como realidade e à proposição de modos de vivenciá-la como alteridade" (Cogo, p. 93, 2015).

Não à toa, observamos que na área de pesquisa da comunicação existe uma vasta produção de pesquisa preocupada em compreender os impactos do discurso midiático para populações migrantes. Seja na manifestação do racismo por meio de discursos estigmatizados, ou pela utilização dos meios de comunicação como potenciais aprimoradores de vínculos entre migrantes e refugiados.

Por outro lado, destaca-se o tratamento midiático dos processos de mobilidade humana que têm contribuído na configuração de narrativas que trazem à tona a questão da interculturalidade e diversidade cultural em nossas sociedades. Nesse sentido, sublinha Fernandez (2020) que:

> A violência simbólica que se reflete na estigmatização do outro/outra, nos preconceitos, a xenofobia é marcante na percepção que se tem das sujeitas/sujeitos migrantes construídos na mídia como a causa de muitos, quando não todos, os

> problemas das sociedades de receptoras. A complexidade de processos socioculturais que estão presentes nas dinâmicas migratórias fica não visibilizada pela construção de matrizes hegemônicas de um modelo que gera a migração enquanto criminaliza os migrantes (p.27).

Uma das questões alarmantes está justamente no fato de se culpabilizar indivíduos migrantes pelas condições que os forçam a tomar tais medidas, principalmente quando se trata de vilanizar a figura do migrante no país em que ele encontra a possibilidade de reconstruir sua vida. De como por vezes a noção de identidade é tomada como referência, quando na verdade estamos lidando diretamente com uma noção de poder.

> Pode-se levantar questões sobre o poder da representação e sobre como e por que alguns significados preferidos relativamente a outros. Todas as práticas de significação que produzem significados envolvem relações de poder, incluindo o poder para definir quem é incluído e quem é excluído. A cultura molda a identidade ao dar sentido à experiência e ao tornar possível optar, entre as várias identidades possíveis, por um modo específico de subjetividade [...] (WOODWARD, 2014, p. 19).

Embora existam temáticas comuns nas pesquisas sobre migrações e em especial, refúgio, tais como: identidade, interculturalidade, discurso midiático e suas implicações nas vivências de migrantes, bem como é o caso da desinformação ou da propagação de estereótipos. Nesta revisão integrativa, desejamos entender como se posiciona o cenário recente sobre pesquisas em comunicação no Brasil com ênfase à temática em questão. Suas metodologias, abordagens conceituais e contribuições nos últimos anos.

METODOLOGIA

A revisão integrativa é um método utilizado amplamente na área da saúde. No entanto, tem crescido como prática em diversas áreas do conhecimento, pois, sua aplicação permite a realização de um levantamento que promove a construção de um panorama atualizado e amplo sobre pesquisas de qualquer segmento. Nosso primeiro contato com o método na área da comunicação se deu a partir da leitura dos trabalhos de Abreu e Lacerda (2020) sobre a publicidade no contexto das postagens efêmeras no instagram. E no artigo "Avaliação de campanhas de saúde: uma revisão integrativa sobre a construção de indicadores", de autoria de Araújo, Paiva, Lacerda e Molano (2020). Desde então, temos observado a presença de produções utilizando a metodologia em eventos da área, tais como o Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (Intercom), tanto em suas categorias

regionais, como nacionais. “Este método de pesquisa permite a síntese de múltiplos estudos publicados e possibilita conclusões gerais a respeito de uma particular área de estudo” (MENDES et al., 2008, p.759). Segundo os autores, a revisão integrativa deve seguir alguns passos específicos, tais como: a) identificação do tema e seleção da hipótese, ou questão de pesquisa para a elaboração da revisão integrativa; b) estabelecimento de critérios para inclusão e exclusão de estudos/amostragem ou busca na literatura; c) definição das informações a serem extraídas dos estudos selecionados/ categorização dos estudos; d) avaliação dos estudos incluídos na revisão integrativa; e) interpretação dos resultados; e f) apresentação da revisão/síntese do conhecimento.

Iniciamos a revisão em questão com uma pergunta norteadora, usada para guiar a busca por trabalhos e sinalizar o que de cada um gostaríamos de extrair: “quais são as principais temáticas estudadas no campo de pesquisa em comunicação para investigar as migrações e o refúgio?”. Tendo este questionamento como direção, partimos para o catálogo de teses e dissertações da CAPES, não incluindo trabalhos advindos de mestrado profissional.

Para filtrar os resultados foram utilizados os seguintes marcadores em conjunto: “Refúgio + Comunicação” e “Migrações + Comunicação” na aba de buscas da plataforma, feitas em dois conjuntos de busca isoladas. Para refinar os resultados, utilizamos as ferramentas da própria plataforma, por meio dos marcadores de: “grande área de conhecimento” (ciências sociais aplicadas); “área de conhecimento” (comunicação); “área de avaliação” (comunicação e informação). Cada uma das buscas gerou publicações em anos distintos, para as quais optamos pelos trabalhos dos últimos 5 anos. Para os dois conjuntos de marcadores elegemos os trabalhos a partir de 2019 até 2023 (ano com publicação mais recente), o que resultou em um total de 10 trabalhos, sendo 7 dissertações e 3 teses para o primeiro grupo. Já para o segundo conjunto de marcadores, foram gerados 8 trabalhos, sendo 2 teses de doutorado e 6 dissertações de mestrado. Excluídas as repetições entre uma busca e outra, obtivemos um total de 10 dissertações e 5 teses, organizadas no quadro a seguir.

Quadro I - Trabalhos disponíveis na plataforma CAPES

TÍTULO	AUTOR	TEMÁTICA	ANO	PESQUISA
As novas dinâmicas entre jornalistas e fontes no	Nadia Silva Moragas	Compreender as transformações da prática	2019	Tese

TÍTULO	AUTOR	TEMÁTICA	ANO	PESQUISA
pós-industrial: estudo empírico a partir da cobertura da migração climática em produtos digitais		jornalística pós-industrial especialmente no que diz respeito à dinâmica entre jornalistas, fontes e audiência no processo produtivo a partir de estudo empírico da cobertura do fenômeno migratório impulsionado pelas Mudanças Climáticas (MCs), na mídia digital, no ano de 2018.		
Contar com nosotros': uma análise sobre a participação cívica dos migrantes da comunidade boliviana na cidade de são paulo	Nayara Costa Nogueira	Refletir sobre o perfil de participação cívica da comunidade boliviana na cidade de São Paulo na perspectiva de seus líderes, de modo a aferir suas de plena inclusão na sociedade.	2019	Dissertação
Menores estrangeiros não acompanhados: uma análise da representação no fotojornalismo italiano.	Rosa Maria Martins Silva	Investigar a representação de menores estrangeiros não acompanhados no fotojornalismo italiano no contexto das migrações atuais	2019	Dissertação
Comunicação e narrativas de uma imigrante nordestina em São Paulo no contexto do coletivo teatral Estopô Balaio.	Mariana Gurgel Godeiro	Analisar a ressignificação das narrativas da carta de uma imigrante nordestina, na cidade de São Paulo, no contexto da produção, circulação e consumo comunicacional de duas produções do coletivo Estopô Balaio.	2020	Dissertação
Narrativas de infâncias refugiadas: a criança como protagonista da própria história	Fernanda Espinola Paraguassu de Sa	A Percepção da criança refugiada no processo migratório.	2020	Dissertação
Nordestinos no Rio de Janeiro: a que será que se destinam? Representações, estereótipos e mídia	Maria De Fatima Tomaz	Como e quais são as representações dos nordestinos sobre a sua condição de migrante na cidade do Rio de Janeiro, assim como verificar se a narrativa estereotipada disseminada pela mídia no decorrer dos tempos contribui nessa construção e na sua relação com a cidade.	2020	Dissertação
Potencialização do acontecimento e	Adriana Domingues Garcia	Esta pesquisa analisa as estratégias discursivas das	2020	Tese

TÍTULO	AUTOR	TEMÁTICA	ANO	PESQUISA
racionalidade patêmica nos discursos sobre os refugiados sírios: a hipótese do ápice midiático		construções de realidade nas abordagens midiáticas sobre o acontecimento do refúgio Sírio.		
Dinâmicas comunicacionais de (in)visibilidade na experiência de refugiadas/os e imigrantes LGBTQI+ nas cidades de São Paulo e Barcelona	Hadriel Geovani da Silva Theodoro	Dinâmicas comunicacionais de (in)visibilidade nas experiências de refugiadas/os e imigrantes LGBTQI+ residentes nas cidades de São Paulo (Brasil) ou Barcelona (Espanha).	2021	Tese
A inserção de quatro mulheres refugiadas no estado de São Paulo através do Facebook	Karine Rodrigues Seimoha	Observar quatro mulheres refugiadas, de diferentes países, que encontraram nas redes sociais a forma de inserirem-se na economia brasileira, sem necessariamente contar com o apoio dos agentes invisíveis do mercado.	2022	Dissertação
A prática do *advocacy* como estratégia da comunicação política	Rachel De Rosso Buzzoni	Defender a prática de *advocacy* como um caminho possível para retomar a relação de confiança mútua entre diferentes atores, enxergando-a como uma proposta de mudança e uma estratégia da comunicação política.	2022	Tese
Venezuelanas no Brasil: interfaces da comunicação em experiências migratórias	Brenda Pereira Menine	Compreender o papel da comunicação nas experiências migratórias de mulheres venezuelanas no Brasil.	2022	Dissertação
Vínculos comunicacionais e cidadania: enfrentamento de vulnerabilidades e a busca pelo emprego das mulheres venezuelanas em Cuiabá-MT	Eunice Maria Guntzel Ramos	Investiga os vínculos comunicacionais construídos por mulheres venezuelanas migrantes para enfrentamento de vulnerabilidades na busca por empregos na cidade de Cuiabá, Mato Grosso, desafio agravado no contexto de distanciamento social em decorrência da pandemia.	2022	Dissertação
A representação de mulheres afegãs refugiadas na mídia brasileira: uma análise da cobertura midiática da operação Nós	Alexandra Guida Marinho	Compreender como se constrói a representação dessas pessoas no âmbito da cobertura jornalística da operação Nós por Elas.	2023	Dissertação

TÍTULO	AUTOR	TEMÁTICA	ANO	PESQUISA
por Elas				
Comida, comunicação e vinculação: atravessamentos na construção de novas territorialidades	Conceicao Aparecida Duarte Goncalves	De que forma a comida, elemento cultural, de comunicação e de mediação de relações socioculturais, pode favorecer o processo de vinculação.	2023	Tese
Comunicação em saúde para populações refugiadas venezuelanas em contexto da pandemia da covid-19	Laura Santos de Souza	Identificar se há e como são ofertadas campanhas de comunicação específicas, ou não, para populações refugiadas venezuelanas no período da pandemia de covid-19.	2023	Dissertação

Elaborado pelo autor (2024).

Após esse mapeamento das pesquisas, seguimos para uma categorização a partir de novos critérios e da divisão de trabalhos de acordo com grupos temáticos. Primeiro, gostaríamos de apontar para um quadro das metodologias utilizadas nos trabalhos selecionados, que pode ser interpretado como uma categoria à parte. Os resultados das produções foram distribuídos em duas categorias. A primeira diz respeito às pesquisas que focam na representação e nas narrativas sobre vidas migrantes. A segunda compreende as pesquisas que tratam da perspectiva do direito cidadão/político de imigrantes e do discurso midiático como facilitador ou limitador de seus direitos. As associações feitas para as categorias de análise são facilitadoras dos processos de compreensão dos objetivos de cada trabalho, de suas perspectivas teóricas e das possíveis lacunas encontradas.

REPRESENTAÇÃO E NARRATIVAS MIDIÁTICAS

O primeiro grupo temático “Representação e Narrativas Midiáticas” compreende um total de 5 trabalhos (Silva, 2019; Godeiro, 2020; Paraguassu de Sa, 2020; Tomaz, 2020; Marinho, 2023). Destacamos que todos os trabalhos pertencentes a esse grupo são dissertações de mestrado. Esse conjunto de trabalhos se debruça sobre como as representações, sejam fotográficas, pelas notícias veiculadas em veículos de comunicação, ou mesmo nas construções simbólicas vivenciadas por migrantes, podem afetar suas experiências.

Silva (2019) se preocupa em compreender as imagens de “Menores Estrangeiros Não Acompanhados” no fotojornalismo italiano, em contexto das migrações. A autora faz seu recorte através das mídias apontadas como “conservadoras” em sua pesquisa e observa como essas representações têm se mantido as mesmas ao longo do tempo.

Outro trabalho com enfoque na infância é o de Paraguassu de Sa (2020). A autora busca compreender a percepção da criança no processo migratório, em sua integração aos abrigos. Pensando também sobre o uso dos dispositivos tecnológicos no processo de construção de laços.

Godeiro (2020) é um dos dois trabalhos do grupo cujo foco se dá para o deslocamento interno, de uma imigrante nordestina em São Paulo. Faz sua investigação através de um acervo de cartas de um coletivo de artistas migrantes, em sua maioria nordestinos, cujo trabalho se desdobra em espetáculo teatral e curta metragem.

Tomaz (2020) foca na narrativa de nordestinos no Rio de Janeiro. Sua pesquisa se preocupa em entender quais as representações são feitas sobre esse grupo. Como a mídia contribuiu para construção de uma suposta “identidade nordestina” e como essas imagens são ativadas ao longo da história.

Marinho (2023) faz um estudo sobre a representação midiática de mulheres refugiadas afegãs no jornalismo brasileito. Busca compreender a construção da representação dessas mulheres por meio da cobertura da operação “Nós por Elas”, que ofereceu visto humanitário a sete juízas afegãs.

- Metodologias utilizadas

1. Silva (2019): metodologia iconológica (Peter Burke). Entrevistas com os “menores não acompanhados” onde eles interpretam as imagens apresentadas.
2. Godeiro (2020): revisão bibliográfica; levantamento documental; observação de dois espetáculos e entrevistas semi-dirigidas.
3. Paraguassu de Sa (2020): observação empírica e pesquisa qualitativa com entrevistas semi-estruturadas.
4. Tomaz (2020): coleta de dados e entrevistas semi-estruturadas.
5. Marinho (2023): análise de conteúdo.

MÍDIA E CIDADANIA

O segundo grupo temático “Mídia e Cidadania” compreende o restante de dez trabalhos. Sendo cinco teses e cinco dissertações. Para essa categoria, apontamos a discussão sobre o papel dos meios de comunicação na construção do direito cidadão de migrantes, especialmente a partir de sua escuta no processo de produção. Embora também fale da representação em algum nível, para essa categoria nosso enfoque maior é no discurso. Vamos dividir nossos comentários sobre as pesquisas em duas partes (teses e dissertações) para organizar de maneira mais objetiva nossas observações. Traremos pontuações sobre as teses (Moragas, 2019; Garcia, 2020; Theodoro, 2021; Buzzoni, 2022; Gonçalves, 2023) e as dissertações (Nogueira, 2019; Seimoha, 2022; Menine, 2022; Ramos, 2022; Souza, 2023).

- Teses

Moragas (2019) compreende as transformações na dinâmica entre jornalistas, fontes e audiência no processo produtivo a partir da cobertura do fenômeno migratório impulsionado pelas Mudanças Climáticas (MCs), na mídia digital, no ano de 2018. Sua pesquisa se preocupa em debater a exclusão de atores sociais que não sejam detentores do capital simbólico na construção das notícias.

Garcia (2020) analisa as estratégias discursivas na construção das abordagens midiáticas sobre o refúgio Sírio. Identificando estratégias discursivas na relação entre mídia e discursos emotivos.

Theodoro (2021) investiga como a invisibilidade nas experiências de refugiadas/os e imigrantes LGBTQI+ se refletem na atuação das instituições governamentais e não-governamentais para o desenvolvimento e implementação de políticas públicas para essas populações.

Buzzoni (2022) defende a prática de *advocacy* como caminho para retomada da relação de confiança entre atores sociais e como proposta de comunicação política. O foco de seu trabalho é no contexto migratório e na aprovação da Lei de Migração, substituta do antigo Estatuto do Estrangeiro.

Gonçalves (2023) pesquisa sobre a comida enquanto elemento cultural (de comunicação e mediação) que favorece o processo de vinculação dos imigrantes-refugiados fixados no Rio de Janeiro. Seu lugar de observação foi a Feira Chega Junto, no bairro de Botafogo.

- Metodologias utilizadas

1. Moragas (2019): Análise de conteúdo + estudos de jornalismo.
2. Garcia (2020): Análise de Discurso Emotivo (Patrick Charaudeau) + Análise Discursiva Textual por meio de Software Iramuteq.
3. Theodoro (2021): Revisão de literatura; levantamento de dados; entrevistas semi-estruturadas; tratamento e análise de dados.
4. Buzzoni (2022): Estudo de caso; pesquisa bibliográfica; análises de documentos; entrevistas semi-abertas.
5. Gonçalves (2023): Revisão bibliográfica; observação participante; entrevistas abertas.

- Dissertações

Nogueira (2019) reflete sobre a participação cívica da comunidade boliviana na cidade de São Paulo, pela perspectiva de suas lideranças. Observando se ocorre uma inclusão plena nesses países e como os meios de comunicação próprios são utilizados por essas comunidades.

Seimoha (2022) investiga sobre o uso das redes sociais como canal para inserção na economia brasileira por meio do perfil de quatro mulheres refugiadas. Observando também os campos legislativos que operam na promoção de suas integrações.

Menine (2022) busca entender o papel da comunicação nas experiências migratórias de mulheres venezuelanas no Brasil. Mapeando seu processo de chegada - fronteiriço - por meio da Operação Acolhida.

Ramos (2022) pesquisa sobre os vínculos comunicacionais construídos por mulheres venezuelanas migrantes na busca por empregos na cidade de Cuiabá. Com o agravamento da pandemia de covid-19 e a utilização de tecnologias de comunicação como facilitadores de suas conexões.

Souza (2023) analisa se há e como são ofertadas campanhas de saúde para populações refugiadas venezuelanas no período da pandemia de covid-19. Sua investigação se debruça nos materiais do Ministério da Saúde e das Secretarias de Saúde Estaduais do Rio Grande do Norte e Roraima para refletir sobre as ausências.

- Metodologias utilizadas

1. Nogueira (2019): Coleta de dados por meio de entrevistas + análise de conteúdo categorial.
2. Seimoha (2022): Análise de conteúdo unido ao método da compreensão.
3. Menine (2022): Observação participante + entrevistas semi-estruturadas.
4. Ramos (2022): Análise textual discursiva.
5. Souza (2023): Análise Crítica do Discurso (Van Dijk).

Como é possível notar, as entrevistas como parte dos procedimentos metodológicos são muito presentes nos trabalhos sobre migrações, sejam elas da perspectiva do deslocamento interno ou externo. Bem como, a preocupação em combater estigmas e preconceitos está presente nos trabalhos que se ocupam em estudar a representação de migrantes no contexto midiático e/ou em análise do discurso.

Dentre as pesquisas também podemos observar aquelas cujo recorte de gênero é feito para compreender as diferenças entre as experiências e os desafios vivenciados por mulheres, assim como por populações LBGTIQ+ migrantes. Aspectos que demonstram o interesse dos pesquisadores em fazerem leituras interseccionais em seus trabalhos.

Quando se pensa o conceito de invisibilidade, ele aparece não apenas no que diz respeito à representatividade na mídia, seja como porta-vozes de suas histórias, fontes ou criadores de conteúdo. Mas a visibilidade também como parte de uma produção política, no campo das ações coletivas, que incorpore esses grupos e a garantia de seus direitos.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

As noções de comunicação e seu caráter de vinculação tem sido uma abordagem presente nos estudos sobre migrações e refúgio. Especialmente quando pensamos a comunicação enquanto estratégia de organização das comunidades que se formam a partir da chegada de migrantes. Formas de organização política, mas também marcadas pelo afeto e a necessidade de se manter conectado com os seus pares.

Quando pensamos sobre fronteira, entendemos que as pesquisas apontam para conceitos que ultrapassam a ideia física. As fronteiras são simbólicas, sociais, e os meios de comunicação podem servir como facilitadoras ou limitadoras das travessias. Seja através do discurso midiático e o combate ao racismo, xenofobia e qualquer forma de preconceito, seja

por meio da organização de uma comunicação comunitária que priorize as vozes migrantes em sua produção e distribuição.

Considerando os dispositivos tecnológicos de comunicação e a noção de vinculação aqui citada, percebemos a presença de um olhar para essas tecnologias e suas funções facilitadoras. No entanto, é preciso pensar também sobre as noções de “poder” e “controle” que se manifestam com seus usos.

A revisão integrativa nos serve como metodologia de organização e sistematização dessas pesquisas. Contribui para uma leitura sobre os principais aspectos presentes nos trabalhos e seus métodos de investigação. Tendo isso em vista, destacamos a entrevista como caminho metodológico mais evidente. Interpretamos tal escolha como reflexo da construção de uma pesquisa mais horizontal. A escuta e integração de migrantes na produção reafirma a busca pela construção do diálogo.

Pesquisar sobre migrações e refúgio nos leva ao enfrentamento de situações de violência, vulnerabilidade e precarização da vida. Destacamos nos trabalhos a importância de discutir o tema pelo viés cidadão. Especialmente ao trazer as legislações brasileiras que garantem a migrantes e refugiados os mesmos direitos de um “nacional”.

É necessário observar a relação das mídias sociais, dos dispositivos tecnológicos não apenas como moderadores dessas relações e vínculos, mas de maneira geral, como operam também sobre o controle desses corpos. E como na modernidade tardia, tais operacionalizações podem demarcar uma nova interpretação de soberania sobre esses indivíduos. Esse aspecto, talvez ainda não devidamente explorado, é o que nos interessa desvelar em pesquisas futuras.

REFERÊNCIAS

BUZZONI, Rachel De Rosso. **A prática do advocacy como estratégia da comunicação política'** 03/02/2022 187 f. Doutorado em CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO Instituição de Ensino: UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO, São Paulo.

COGO, Denise. **Internet e Redes Migratórias Transnacionais:** Narrativas da Diáspora sobre o Brasil como país de Imigração. (2015). Novos Olhares, 4(1), 91-104. https://doi.org/10.11606/issn.2238-7714.no.2015.102224

CORREIA NEVES ABREU, D.; DE SOUSA LACERDA, J. A Publicidade no contexto das postagens efêmeras no Instagram uma Revisão Integrativa**. Revista Latinoamericana de Ciencias de la**

Comunicación, [S. l.], v. 19, n. 34, 2020. DOI: 10.55738/alaic.v19i34.639. Disponível em: https://revista.pubalaic.org/index.php/alaic/article/view/639. Acesso em: 20 jun. 2024.

COSTA DE ARAÚJO, A. C., PAIVA, J., DE SOUSA LACERDA, J., & MARCOS MOLANO, M. (2021). **Avaliação de campanhas de saúde:** uma revisão integrativa sobre a construção de indicadores. Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social "Disertaciones", 14(2), 1-13. https://doi.org/10.12804/revis tas.urosario.edu.co/disertaciones/a.9432

FERNÁNDEZ, Adrián Padilla. Interculturalidade, Mídia e Migração na América Latina. In: OLIVEIRA, Márcia Maria de; e DIAS, Maria das Graças Santos (Org.).**Interfaces da Mobilidade Humana na Fronteira Amazônica.** Boa Vista: EDUFRR, 2020, 17-30 p.

GARCIA, Adriana Domingues. **Potencialização do acontecimento e racionalidade patêmica nos discursos sobre os refugiados sírios:** a hipótese do ápice midiático' 02/04/2020 178 f. Doutorado em COMUNICAÇÃO Instituição de Ensino: UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA, Santa Maria

GODEIRO, Mariana Gurgel. **Comunicação e narrativas de uma imigrante nordestina em São Paulo no contexto do coletivo teatral Estopô Balaio.** 18/03/2020 143 f. Mestrado em COMUNICAÇÃO E PRÁTICAS DE CONSUMO Instituição de Ensino: ESCOLA SUPERIOR DE PROPAGANDA E MARKETING, São Paulo Biblioteca Depositária: Escola Superior de Propaganda e Marketing.

GONCALVES, Conceicao Aparecida Duarte. **Comida, comunicação e vinculação:** atravessamentos na construção de novas territorialidades. 07/02/2023 174 f. Doutorado em COMUNICAÇÃO Instituição de Ensino: UNIVERSIDADE DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO, Rio de Janeiro

MARINHO, Alexandra Guida. **A representação de mulheres afegãs refugiadas na mídia brasileira:** Uma análise da cobertura midiática da operação "Nós Por Elas". 16/03/2023 105 f. Mestrado em COMUNICAÇÃO E PRÁTICAS DE CONSUMO Instituição de Ensino: ESCOLA SUPERIOR DE PROPAGANDA E MARKETING, São Paulo.

MENDES, K., Silveira, R., & Galvão, C. (2008). Revisão integrativa: método de pesquisa para a incorporação de evidências na saúde e na enfermagem. **Texto & Contexto-Enfermagem**, 17 (4), 758-764.

MENINE, BRENDA PEREIRA. **Venezuelanas no Brasil:** interfaces da comunicação em experiências migratórias. 06/06/2022 177 f. Mestrado em Comunicação Instituição de Ensino: UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL, Porto Alegre.

MORAGAS, Nadia Silva. **As novas dinâmicas entre jornalistas e fontes no pós-industrial: estudo empírico a partir da cobertura da migração climática em produtos digitais.** 30/10/2019 119 f. Doutorado em COMUNICAÇÃO E CULTURA CONTEMPOR NEAS Instituição de Ensino: UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA, Salvador.

NOGUEIRA, Nayara Costa. **Contar com nosotros:** uma análise sobre a participação cívica dos migrantes da comunidade boliviana na cidade de São Paulo. 26/08/2019 116 f. Mestrado em CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO Instituição de Ensino: UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO, São Paulo.

OIM, **Organização Mundial para migrações. Relatório Mundial sobre Migração de 2024 revela as últimas tendências e desafios mundiais para a mobilidade humana**. Disponível em:<https://brazil.iom.int/pt-br/news/relatorio-mundial-sobre-migracao-de-2024-revela-ultimas-tendencias-e-desafios-mundiais-para-mobilidade-humana#:~:text=Com%20281%20milh%C3%B5es%20de%20migrantes,milh%C3%B5es%20ao%20final%20de%202022>. Acesso em: 15 de junho de 2024.

RAMOS, Eunice Maria Guntzel. **Vínculos comunicacionais e cidadania:** enfrentamento de vulnerabilidades e a busca pelo emprego das mulheres venezuelanas em Cuiabá-MT. 27/07/2022 134 f. Mestrado em COMUNICAÇÃO Instituição de Ensino: UNIVERSIDADE FEDERAL DE MATO GROSSO, Cuiabá.

SA, Fernanda Espinola Paraguassu de. **Narrativas de Infâncias Refugiadas:** a criança como protagonista da própria história. 29/11/2020 164 f. Mestrado em COMUNICAÇÃO Instituição de Ensino: UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO, Rio de Janeiro.

SAYAD, Abdelmalek. **A Imigração ou os Paradoxos da Alteridade** / Abdelmalek Sayad; prefácio Pierre Bourdieu; tradução Cristina Murachco. - São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 1998.

SEIMOHA, Karine Rodrigues. **A inserção de quatro mulheres refugiadas no estado de são paulo através do facebook.** 09/03/2022 95 f. Mestrado em COMUNICAÇÃO SOCIAL Instituição de Ensino: UNIVERSIDADE METODISTA DE SÃO PAULO, São Bernardo do Campo.

SILVA, Rosa Maria Martins. **Menores estrangeiros não acompanhados:** uma análise da representação no fotojornalismo italiano. 15/04/2019 124 f. Mestrado em COMUNICAÇÃO Instituição de Ensino: FACULDADE CÁSPER LÍBERO , São Paulo.

SILVA, Tomaz Tadeu da (Org.); HALL, Stuart; WOODWARD, Kathryn. **Identidade e diferença.** A perspectiva dos estudos culturais. Editora Vozes, 15ª edição, 2014.

SILVERSTONE, Roger. **Por Que Estudar A Mídia?** São Paulo: Loyola, 2002.

SODRÉ, Muniz**. As estratégias sensíveis:** afeto, mídia e política. Mauad Editora Ltda, 2006.

SOUZA, Laura Santos de. **Comunicação em saúde para populações refugiadas venezuelanas em contexto da pandemia da covid-19**. 21/03/2023 undefined f. Mestrado em ESTUDOS DA MÍDIA Instituição de Ensino: UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE, Natal.

SOUZA Tavares, M., Silva Dias, M., & Carvalho, R. (2010). **Revisão integrativa:** o que é e como fazer. Einstein, 8, (1), 102-106.

THEODORO, Hadriel Geovani Da Silva. **Dinâmicas comunicacionais de (in)visibilidade na experiência de refugiadas/os e imigrantes LGBTQI+ nas cidades de São Paulo e Barcelona.** 11/02/2021 518 f. Doutorado em COMUNICAÇÃO E PRÁTICAS DE CONSUMO Instituição de Ensino: ESCOLA SUPERIOR DE PROPAGANDA E MARKETING, São Paulo.

TOMAZ, Maria De Fatima. **Nordestinos no Rio de Janeiro:** a que será que se destinam? Representações, estereótipos e mídia. 29/03/2020 110 f. Mestrado em COMUNICAÇÃO Instituição de Ensino: UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO, Rio de Janeiro.

O(s) autor(es) é(são) responsável(is) pela fidedignidade dos dados apresentados.

JORNALISMO E CONFLITOS MILITARES: COBERTURA DA GUERRA DA UCRÂNIA NO BRASIL

Vinícios Martins do Vale[3]

RESUMO

O presente artigo analisa as coberturas da Guerra da Ucrânia por parte dos veículos jornalísticos brasileiros Folha de São Paulo e Sputnik Brasil. Será empregada a metodologia da Análise Crítica do Discurso proposta por Fairclough (2001). Como embasamento teórico, serão apresentadas as ligações históricas entre jornalismo e conflitos militares, além da visão militar sobre as comunicações, consubstanciadas principalmente nas ideias de Liang e Xiangsui (1999), Hoffman (2007) e Korybko (2015).

Palavras-chave: Guerra da Ucrânia; Análise Crítica do Discurso; Jornalismo de Guerra.

JOURNALISM AND MILITARY CONFLICTS: COVERAGE OF THE UKRAINE WAR IN BRAZIL

ABSTRACT

This article analyzes the coverage of the Ukrainian War by Brazilian journalistic outlets Folha de São Paulo and Sputnik Brasil. To this end, the Critical Discourse Analysis methodology proposed by Fairclough (2001) will be used. As a theoretical basis, the historical links between journalism and military conflicts will be presented, in addition to the military view on communications, mainly based on the ideas of Liang and Xiangsui (1999), Hoffman (2007) and Korybko (2015).

Keywords: Ukrainian War; Critical Discourse Analysis; War Journalism.

INTRODUÇÃO

A linguagem é um instrumento de poder. Seja verbal, escrita ou imagética, ela tem a capacidade de moldar comportamentos e influenciar atitudes. Empregando-a para produzir conteúdos noticiosos, a imprensa alcança, por meio das diversas plataformas disponíveis na modernidade, notória relevância nas sociedades contemporâneas. Devido a essa relevância, os veículos de comunicação se tornaram alvo de interesse dos segmentos sociais que pretendem ditar os rumos de seus próprios estados nacionais e de outros, inclusive o segmento militar, e a Guerra da Ucrânia pôs em evidência a intensidade deste fenômeno.

Logo após a invasão de território ucraniano pela Federação Russa, ocorrida em 24 de fevereiro de 2022, diversas organizações estatais e privadas, em sua maioria de países ocidentais, decidiram impor restrições a veículos de imprensa russos. Segundo essas entidades, as mídias russas não seriam instrumentos de atividade jornalística, mas sim meios

[3] Mestrando pelo PPGCOM, UFG, vinicios@discente.ufg.br

que empregavam “desinformação e “manipulação de informações sistemática” como “ferramenta operacional para a invasão da Ucrânia” (Conselho da União Europeia, 2022, p.1, tradução nossa).

Apesar do bloqueio midiático nas principais potências ocidentais, grande parte dos países latino-americanos, africanos e asiáticos não tomaram a mesma atitude. Segundo a General Laura J. Richardson, comandante do Comando Sul[4] das forças armadas dos Estados Unidos da América (EUA), países da América Latina tornaram-se assim vulneráveis, já que “a Rússia espalha falsas narrativas sobre sua invasão da Ucrânia através dos ramos de suas mídias em língua espanhola” (Congresso dos EUA, 2023, p. 7, tradução nossa).

Consonante as preocupações de suas autoridades militares, o governo dos EUA decidiu no mês de setembro de 2024, mais de dois anos e meio após o início do conflito na Ucrânia, aplicar novas restrições aos meios de comunicação russos e, ainda, iniciar uma “campanha diplomática” para congregar seus aliados “no enfrentamento da ameaça apresentada pela RT[5] e outras máquinas de desinformação e influência secreta russas” (Departamento de Estado dos EUA, 2024, p.4).

Esses eventos apontam para a centralidade que os meios de comunicação passaram a ocupar, em tempos recentes, nos conflitos militares. Apesar da atividade jornalística estar intrinsecamente ligada, desde seus primórdios, à guerra, os avanços recentes nas Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC), tais como os satélites artificiais e a internet, intensificaram exponencialmente seu impacto nos conflitos. A possibilidade de difusão de imagens e narrativas para um público mundial, de maneira praticamente instantânea, afeta a opinião pública em relação aos combates, tornando a mídia objeto de análise na doutrina militar.

Assim, o presente artigo propôs-se a analisar a cobertura da Guerra da Ucrânia por parte do jornalismo brasileiro. Para tal, foram escolhidos os veículos jornalísticos Sputnik e Folha de São Paulo. O primeiro é de propriedade estatal russa, sendo que, além do português, o jornal publica suas matérias em diversas línguas e em diversos países. O segundo é um jornal brasileiro de longa tradição, e que ainda alcança, em meios físicos e virtuais, grandes audiências no território nacional. Como metodologia de análise, optou-se

[4] Comando Militar norte-americano responsável por operações militares na América Latina
[5] RT é um veículo de imprensa estatal russo com publicação em diversas línguas

pelo emprego da Análise Crítica do Discurso (ACD) conforme formulada por Fairclough (2001).

Visando delinear um panorama teórico sobre o tema da pesquisa, foi realizada a revisão de literatura sobre a ligação entre a atividade jornalística e conflitos armados no mundo e no Brasil, principalmente na obra de Mattos (2005). Ainda, foram abordadas obras de pesquisadores civis e militares que apontaram para a importância dos meios de comunicação dentro da doutrina militar, tais como a dos oficiais das forças armadas chinesas Liang e Xiangsui (1999), do fuzileiro norte-americano Hoffman (2007) e de Korybko (2015), cidadão norte-americano com extensa vida acadêmica na Federação Russa.

JORNALISMO E CONFLITOS MILITARES

Ao discorrer sobre a pré-história da atividade jornalística, Temer (2014) aponta para o fato de que "Tucídides, autor da *História Geral da Guerra do Peloponeso*, é considerado o primeiro repórter" (Temer, 2014, p. 76). Ao demonstrar que, desde remotos tempos, informações sobre conflitos militares são de grande interesse para a elite letrada, a autora também expõe a dificuldade de se realizarem "ponderações sobre a credibilidade dos relatos", já que Tucídides, em sua obra, preocupava-se com "a noção de verdade separando na narrativa os mitos dos fatos" (Temer, 2014, p.76).

Milênios após Tucídides tecer o seu relato, Lippmann e Herz (1920) encontraram as mesmas dificuldades ao analisar as reportagens do distinto veículo jornalístico norte-americano *The New York Times* abordando as batalhas políticas e militares durante a Revolução Russa em 1917. Pesquisando matérias compreendidas entre o início do colapso do exército russo na primeira guerra mundial e a consolidação do poder dos Bolcheviques, os pesquisadores evidenciam fortes ligações entre a linguagem empregada nas matérias, além do posicionamento das manchetes nos jornais, e os interesses geopolíticos do governo dos EUA. Muitas vezes, segundo eles, "profecia se misturava com notícia, sendo ambas falsas", mas atestam que "a constante repetição [dos conteúdos] surtiu seu efeito na opinião pública" (Lippmann e Herz, 1920, p. 20, tradução nossa).

Em seus estudos, Mattos (2005) nos apresenta momentos críticos na gênese do jornalismo de guerra. Ele inicia sua pesquisa apresentando a cobertura que Howard Russell realizou para o jornal inglês *The Times* na Guerra da Crimeia, em 1854, considerada pioneira na atividade jornalística de Correspondente de Guerra. Para o autor, a cobertura crítica que

Russel realizou, apontando os erros de planejamento dos oficiais inglêses e as precárias condições sanitárias da tropa, teve profundo impacto na condução da guerra. Visando controlar as notícias que afetavam a opinião pública, o alto comando inglês “estabeleceu o que hoje conhecemos como censura militar” (Mattos, 2005, p. 61).

Entre a Guerra da Crimeia e a primeira guerra mundial, Mattos (2005) demonstra como, com o desenvolvimento das TIC, em especial o telégrafo, a atividade jornalística passou a influenciar o planejamento e a execução de atividades militares. Na Guerra da Secessão, nos EUA, a censura e as sanções aos veículos jornalísticos que desafiavam as diretrizes militares foram práticas recorrentes. Na Guerra Franco-Prussiana, em 1870, Bismarck, chanceler alemão e artífice da unificação da Alemanha, fez habilidoso uso dos veículos jornalísticos para legitimar as ações alemãs contra os franceses e atrair aliados para sua causa. Na Guerra dos Bôeres, quando os ingleses buscaram aumentar seu controle de partes da África do Sul entre 1899 e 1902, as autoridades militares implementaram novamente um estrito controle no fluxo de informações acerca do conflito.

Ocorrida no final do século XIX, a Guerra de Canudos inaugurou a atividade jornalística da correspondência de guerra no Brasil. Segundo Corrêa (2012, p. 145), “quem inaugurou o trabalho foi Manuel Figueiredo, de *A Notícia*, além de um correspondente anônimo do *Jornal do Brasil*, [...] ambos publicando no dia 26 de julho de 1897”, porém, 14 dias depois, seriam publicados no jornal *Estadão* os relatos de Euclides da Cunha, o mais famoso dos correspondentes no conflito. Apesar dos relatos de guerra no Brasil não serem novidade, como testemunha a obra de Taunay sobre a Guerra do Paraguai, A Retirada de Laguna, o farto uso do telégrafo permitiu que as notícias sobre os combates alcançassem o público letrado brasileiro em um pequeno lapso de tempo (Corrêa, 2012).

Já no século XX, as duas guerras mundiais testemunharam uma crescente institucionalização da censura e da manipulação das notícias por parte de todos os governos envolvidos nos conflitos. Segundo Mattos (2005), o desenvolvimento de mais uma revolucionária TIC, o rádio, elevou a capacidade do jornalismo de influenciar os conflitos. O partido nazista da Alemanha fez intenso uso da nova tecnologia visando mobilizar a sociedade para a Segunda Guerra Mundial, empregando técnicas de propaganda desenvolvidas por Goebbels, o notório e sinistro Ministro da Propaganda alemão.

Na década de 1970, a cobertura televisiva da Guerra do Vietnã demonstrou o impacto que a disseminação dessa nova tecnologia teria no jornalismo de guerra. Mattos

(2005) afirma que esse foi o conflito da imagem e, ao contrário de impor a censura aos veículos de comunicação, o alto-comando militar dos EUA realizou uma "verdadeira campanha de relações-públicas" (Mattos, 2005, p. 73) visando angariar o apoio popular a suas ações. Essa estratégia não obteve o sucesso desejado, sendo que a cobertura jornalística negativa sobre o conflito foi, segundo alguns pesquisadores, uma das relevantes causas da derrota norte-americana. Com base nesse diagnóstico, os EUA reformularam sua estratégia para o controle da mídia durante conflitos posteriores, aplicando-a nas intervenções norte-americanas na América Central, assim como os ingleses empregaram tal estratégia na América do Sul durante a década de 1980.

Com base nas experiências das intervenções militares dos EUA em Granada e no Panamá e da Guerra das Malvinas, travada entre ingleses e argentinos, essas potências desenvolveram uma estratégia de censura e manipulação das informações que seria aplicada durante a Primeira Guerra do Golfo, quando uma coalização integrada pelas maiores potências ocidentais invadiu o Iraque em 1991. Segundo Mattos (2005), a imprensa foi estritamente controlada e cooptada, já que "era como se os jornalistas americanos tivessem se transformado em agentes a serviço dos militares" (Mattos, 2005, p. 81). Charadeau (2013) também apontou para as características hegemônicas na cobertura jornalística desse conflito, atestando que "as mídias contribuíram para fabricar a figura satânica do agressor na pessoa de Saddam Hussein" e ainda para construir "a figura limpa e eficaz do salvador ('guerra cirúrgica'), representada pelo exército americano-europeu" (Charadeau, 2013, p. 254).

Após os atentados de 11 de setembro de 2001, os EUA iniciaram o século XXI promovendo a Guerra ao Terrorismo, justificativa para a invasão do Afeganistão e novamente do Iraque. Dentro desse contexto, as experiências de censura e controle da informação foram aperfeiçoadas e sua implementação recrudesceu. Mattos (2005) descreve como os EUA aprovaram em seu congresso, por unanimidade, o *Patriot Act*, legislação que restringiu as liberdades dos cidadãos e de acesso à informação naquele país. Durante a invasão do Afeganistão em 2001, esse controle ficou claro, já que as imagens do conflito produzidas pela rede do Qatar *Al Jazeera*, única autorizada a operar pelo Talibã dentro do país, eram censuradas nos EUA, mas não em muitos países em desenvolvimento. Durante nova invasão do Iraque, em 2003, "o trabalho de censura exercido pelo Pentágono não seria mais tão necessário por causa da colaboração e subserviência da mídia de um modo geral" (Mattos,

2005, p. 93). A autocensura da mídia norte-americana era explícita e incentivada pelo governo, o qual conclamava a mídia a exercer um "jornalismo responsável".

O JORNALISMO NA DOUTRINA MILITAR

Visando demonstrar como a atividade jornalística é tratada pela doutrina militar, são expostas as ideias sobre o tema tratadas em três obras que encontraram repercussão nos meios militares e acadêmicos. A primeira é Guerra Irrestrita, de Liang e Xiangsui (1999), dois oficiais das forças armadas chinesas. Após, são apresentados os pontos abordados por Hoffman (2007), oficial das forças armadas norte-americanas que popularizou o conceito de Guerra Híbrida e, por último, os aspectos levantados por Korybko (2015), cidadão norte-americano que desenvolveu sua carreira acadêmica na Federação Russa.

GUERRA IRRESTRITA: JORNALISMO COMO INSTRUMENTO MILITAR

Os militares chineses Liang e Xiangsui (1999) analisaram em sua obra os pormenores da Primeira Guerra do Golfo, ocorrida em 1991 e abordada no tópico anterior. Para os autores, esse conflito marcou uma profunda mudança na doutrina militar, e o envolvimento dos meios de comunicação nele tiveram um papel fundamental. A cobertura do conflito realizada pela rede CNN teria influenciado a opinião pública mundial e o desenrolar da invasão, e assim a mídia "tornou-se parte integral e imediata da estratégia de combate, e não mais apenas fornece informações vindas do campo de batalha" (Liang e Xiangsui, 1999, p. 74, tradução nossa).

Segundo os autores, "com a assistência concertada dos repórteres, os comandantes do campo de batalha influenciaram com sucesso os olhos e ouvidos do mundo inteiro" (Liang e Xiangsui, 1999, p. 74, tradução nossa), já que a imprensa teria trabalhado em conjunto com as forças militares para obter a vitória sobre o Iraque. Um aspecto crucial da cobertura jornalística, segundo os autores, é que ela denotaria um aspecto objetivo e imparcial, superando a influência exercida pela clássica propaganda de guerra, considerada enviesada e parcial. Dessa maneira, as guerras modernas, em razão da importância alcançada pela mídia no contexto das sociedades contemporâneas, não mais poderiam se furtar ao controle estrito da informação, pois a "mídia será cada vez mais outro ator na guerra e desempenhará um papel comparável ao dos ataques militares na promoção do curso da guerra" (Liang e Xiangsui, 1999, p. 76, tradução nossa).

Ao tecer suas conclusões sobre a tendência do protagonismo crescente das mídias em um contexto de conflito militar, Liang e Xiangsui (1999) preveem a influência cada vez mais contundente das coberturas midiáticas na tomada de decisão por parte dos atores políticos e militares.

> O impacto dos meios de comunicação na guerra torna-se cada vez mais generalizado e cada vez mais direto, ao ponto de mesmo as decisões mais importantes do presidente de uma superpotência envolvendo a cessação das hostilidades estarem, em grande medida, enraizadas na reação a um único programa de televisão (Liang e Xiangsui, 1999, p. 76, tradução nossa).

GUERRA HÍBRIDA: MILITARIZAÇÃO DA ESFERA CIVIL

Ao analisar diversos conflitos ocorridos em fins da década de 1990 e início do século XXI, Hoffmann (2007) constatou a ascensão do uso de métodos inovadores nos conflitos militares. Apesar de não ser pioneiro no uso do termo, o autor popularizou o conceito de Guerra Híbrida ao definir assim essa tendência nos combates modernos. Para ele, no contexto de obtenção da supremacia militar por parte das potências ocidentais, atores estatais e não estatais utilizariam diversos métodos, civis e militares, para superar a assimetria de forças existente. O uso dos meios de comunicação, no que ele denomina de "batalha de percepções", toma cada vez mais proeminência nas operações militares. Segundo suas ideias, os EUA deveriam atentar para essas novas estratégias militares, evitando "subestimar o impacto mobilizador das ferramentas da Era da Informação quando usadas para fomentar desordem e promover o ódio" (Hoffman, 2007, p. 13, tradução nossa).

O militar norte-americano extrai suas conclusões a partir da análise dos conflitos nos EUA no Afeganistão e Iraque, além das guerrilhas separatistas chechenas contra o governo central russo em fins da década de 1990. Porém, para ele, o conflito paradigmático desse novo modo de combate ocorreu em 2006 entre as forças de Israel e os militantes do Hezbollah no Líbano. Apesar da manifesta inferioridade em capacidade militar convencional, o Hezbollah foi hábil em "explorar os efeitos políticos de seus limitados sucessos táticos, amplificados pela mídia" (Hoffman, 2007, p. 38, tradução nossa).

Partindo de suas análises, Hoffmann (2007) estabelece o prognóstico de que instrumentos da sociedade civil passarão a ser cada vez mais relevantes no combate moderno, em especial os meios de comunicação. Esses meios seriam cada vez mais relevantes para atores que contestam a hegemonia ocidental, sendo instrumentalizados para

recrutar, treinar, mobilizar e educar seus componentes. Assim, os ensinamentos obtidos na análise desses conflitos levam a crer que "nós temos que reconhecer que as percepções importam mais que os resultados obtidos na dimensão física do campo de batalha" (Hoffman, 2007, p. 53, tradução nossa).

> Outra implicação é a necessidade de incorporar o que pode ser a mudança mais significativa no caráter do conflito moderno, a exploração dos meios de comunicação modernos para alcançar as grandes massas e mobilizá-las para apoiar a causa de alguém (Hoffman, 2007, p. 51, tradução nossa)

OS MEIOS DE COMUNICAÇÃO, A PRIMAVERA ÁRABE E AS REVOLUÇÕES COLORIDAS

Assim como Hoffmann (2007), Korybko (2015) analisa conflitos recentes para estabelecer padrões e verificar tendências. Em sua obra, o acadêmico analisa principalmente a Primavera Árabe, série de turbulências em países do Oriente Médio e do norte da África, e as Revoluções Coloridas, série de movimentos desestabilizadores ocorridos em antigas repúblicas soviéticas. Para ele, essa série de movimentos traz em comum a influência de potências ocidentais que instrumentalizaram meios civis, políticos, diplomáticos e financeiros para derrubar regimes considerados hostis. As mídias sociais e os meios de comunicação têm especial relevância no emprego dessas táticas de desestabilização.

Segundo Korybko (2015), as táticas de Guerra Híbrida envolvem dois componentes principais: as revoluções coloridas, que seriam estratégias de desestabilização por meio do uso de meios políticos e informacionais, e a guerra não convencional, a qual utilizaria meios violentos de guerra irregular e distúrbios sociais. As redes sociais e os meios tradicionais de comunicação seriam essenciais no desenvolvimento dessas duas estratégias, já que por meio deles os movimentos de contestação adquiririam legitimidade e visibilidade internacional.

> Os meios de comunicação internacionais e nacionais têm diferentes graus de importância, dependendo do estado visado, mas ambos têm um efeito na população. A mídia (internacional) antigovernamental pode deixar as autoridades desconfortáveis e hesitantes em se defenderem da tentativa de golpe durante uma Revolução Colorida, mas ela não é o fator decisivo para a derrubada ou não do governo (Korybko, 2015, p. 21, tradução nossa).

METODOLOGIA

Conforme Gil (2002), a presente pesquisa caracteriza-se como exploratória, já que busca maior familiaridade com o objeto de pesquisa para a formulação de hipóteses. Suas características são eminentemente qualitativas, apesar de apresentar dados quantitativos.

A ACD foi a metodologia empregada para o trabalho analítico realizado. Partindo da proposta teórica central desenvolvida por Fairclough (2001), baseada na tridimensionalidade do discurso, um *corpus* de matérias jornalísticas cobrindo a Guerra da Ucrânia serviu como objeto de análise. A Folha de São Paulo e o Sputnik foram os veículos jornalísticos brasileiros selecionados como fonte das matérias que irão compor o *corpus*. A Folha de São Paulo é um tradicional veículo jornalístico brasileiro que circula em formato virtual e físico, possuidor de uma das maiores audiências no jornalismo brasileiro (Bonsanto, Daemon e Ribeiro, 2023), enquanto o Sputnik é um veículo jornalístico estatal russo produzido em língua portuguesa voltado para o público brasileiro.

As matérias que compuseram o *corpus* da pesquisa foram aquelas obtidas na seção de destaque das páginas virtuais dos dois jornais analisados, de modo a coletar as matérias que os veículos selecionaram para destacar determinadas informações sobre o tema abordado, o que se coaduna com a hierarquização visual das informações nos dispositivos comunicacionais, conforme teorizado por Borges, Machado e Moraes (2021).

Em relação ao período de análise, foram coletadas 03 matérias veiculadas em destaque nos jornais nos dias 24, 25 e 26 de fevereiro, logo após a invasão de solo ucraniano por forças russas em 24 de fevereiro de 2022, além de editoriais.

Visando obter as matérias do modo e no período selecionado, utilizou-se o banco de dados da ferramenta de arquivamento de páginas virtuais denominada *WayBackMachine*. Segundo Santos (2015), a ferramenta mencionada é de especial valia para os estudos relacionados ao ciberjornalismo, já que, desde 1996, alimenta com atualizações rotineiras uma biblioteca virtual que fornece cópias da disposição de inúmeras páginas virtuais. Levando em consideração a constante atualização das páginas virtuais jornalísticas e a possibilidade de alteração intencional nos arquivos mantidos pelos próprios veículos, considerou-se o emprego da ferramenta como ideal para o atingimento dos objetivos da pesquisa. Em uma conferência preliminar, contatou-se que os dois veículos jornalísticos possuíam ao menos uma atualização de suas páginas arquivadas nos dias compreendidos no período determinado pela pesquisa.

Para abordar a dimensão das práticas discursivas, as matérias do corpus foram analisadas conforme protocolo proposto por Maia e Silva (2011). As autoras propõem um método de expor decisões editoriais de veículos jornalísticos com base nas características de seus produtos visíveis, as matérias. Segundo elas, o protocolo proposto é uma ferramenta

complementar para a Análise do Discurso, auxiliando “a pensar, a identificar e a tipificar as especificidades da atividade jornalística, mapeando tendências e possíveis lacunas na obtenção, averiguação e apresentação das informações“ (Maia e Silva, 2011, p. 26). Conforme o protocolo, dados sobre as assinaturas das matérias e suas fontes foram identificadas e serviram para realizar uma análise quantitativa que explicitou as características técnicas da produção das matérias e suas supostas relações com as outras dimensões do discurso.

Como forma de análise textual das matérias, foram empregadas categorias de análise proposta na própria obra de Fairclough (2001). Especificamente em três capítulos de seu trabalho, quais sejam, Análise Textual: a construção das relações sociais e do “eu”, Análise Textual: a construção da realidade social e A prática da Análise de Discurso, o pesquisador apresenta diversas categorias analíticas passíveis de serem verificadas textualmente para determinar as supostas intencionalidades dos produtores do texto.

Em um último momento, conforme proposta de Fairclough (2001), foram analisados dados relacionados às práticas sociais dos veículos jornalísticos objeto da pesquisa. Para isso, realizou-se pesquisa documental visando identificar informações históricas, financeiras, econômicas e sociais dos veículos, tais como suas composições acionárias ou suas formas de propriedade e seus modelos de financiamento.

Como resultado da pesquisa, apresentaram-se as relações entre as três dimensões do discurso analisadas com base nas matérias jornalísticas do *corpus*, conforme preconizado por Fairclough (2001, p.246) quando este declara que a “análise textual é formada e ganha cor pela interpretação de seu relacionamento com processos discursivos e com processos sociais mais amplos”.

RESULTADOS

A coleta das matérias, segundo os critérios estabelecidos no tópico pertinente à metodologia, obteve o resultado apresentado no Quadro 1.

Quadro 1- Matérias coletadas para análise

Data da matéria	Título da matéria	Veículo	Código
24/02/2022	O que a Folha pensa: a agressão russa.	Folha de São Paulo	F01

24/02/2022	Putin inicia guerra contra a Ucrânia; Kiev e Otan falam em invasão total.	Folha de São Paulo	F02

Data da matéria	Título da matéria	Veículo	Código
25/02/2022	Rússia cerca Kiev e pede rendição do governo da Ucrânia.	Folha de São Paulo	F03
26/02/2022	Putin ataca Kiev e enfrenta resistência da Ucrânia; Ocidenta aumenta pressão sobre Rússia.	Folha de São Paulo	F04
24/02/2022	Situação na Ucrânia e em Donbass após Putin anunciar operação especial militar.	Sputnik Brasil	S01
25/02/2022	Segundo dia de conflito começa com ofensiva ucraniana em Donetsk.	Sputnik Brasil	S02
26/02/2022	Terceiro dia de operação especial russa na Ucrânia.	Sputnik Brasil	S03

Fonte: o autor

Com base nesse *corpus*, passa-se à exposição das análises realizadas nas três dimensões propostas por Fairclough (2001): a dimensão das práticas discursivas, textual e das práticas sociais.

PRÁTICAS DISCURSIVAS

Inicialmente, verificou-se o emprego das fontes e da autoria das matérias da Folha de São Paulo. A matéria F01, editorial, não consta na Tabela 1 por expressar as opiniões do veículo e não contar com fontes explícitas em sua confecção.

Tabela 1- Fontes descritas nas matérias da Folha

Matéria	Autoria	Categorias das fontes	Quantidade
F02	Igor Gielow	Governo russo	12
		Governo ucraniano	6
		Particulares russos	1
		Particulares ucranianos	0
		OTAN	3

F03	Igor Gielow	Governo russo	6
		Governo ucraniano	8
		Particulares russos	3
		Particulares ucranianos	1
		OTAN	0
F04	Igor Gielow	Governo russo	5
		Governo ucraniano	8
		Particulares russos	1
		Particulares ucranianos	0
		OTAN	0

Fonte: o autor

Percebe-se que na primeira matéria, F02, as fontes do governo russo são predominantes (54%), e nas matérias F03 e F04 há sua diminuição (33% e 35%). As fontes do governo ucraniano mantêm-se estáveis nas 3 matérias, com um número ligeiramente menor em F02. Na matéria F02 há referências a declarações da Organização do Tratado do Atlântico Norte (OTAN), particularmente seu secretário-geral à época, Jens Stoltenberg, porém não há menções a declarações da aliança nas outras matérias.

Em relação aos particulares russos, as matérias citam “analistas militares” e “observadores políticos” russos, especificando somente Ruslan Pukhov, o qual a matéria F02 considera como um dos principais analistas militares russos. Quanto aos particulares ucranianos, somente o engenheiro Piotr Timotchenko, morador de Kiev, é citado na matéria F03, descrevendo suas impressões do ataque russo à capital ucraniana.

Quanto à autoria, as três matérias da Folha são assinadas pelo mesmo jornalista, Igor Gielow. Conforme a localização citada nas matérias, Gielow encontrava-se como correspondente em Moscou, capital da Rússia, no momento da confecção das matérias.

Apresentam-se a seguir, na Tabela 2, os dados sobre as fontes e autoria das matérias produzidas pela Sputnik Brasil.

Tabela 2- Fontes descritas nas matérias do Sputnik Brasil

Matéria	Autoria	Categorias das fontes	Quantidade
S01	Não assinada	Autoridades Donbass	10
		Governo russo	11
		Governo ucraniano	5
		Governos aliados à Rússia	3

		Governos hostis à Rússia	8
		Correspondente próprio	2
S02	Não assinada	Autoridades Donbass	9
		Governo russo	12

Matéria	Autoria	Categorias das fontes	Quantidade
		Governo ucraniano	3
		Governos aliados à Rússia	2
		Governos hostis à Rússia	6
		Correspondente próprio	0
S03	Não assinada	Autoridades Donbass	4
		Governo russo	2
		Governo ucraniano	0
		Governos aliados à Rússia	0
		Governos hostis à Rússia	0
		Correspondente próprio	0

Fonte: o autor

Constata-se, com a recorrência das categorias, que grande parte das fontes refere-se a fontes governamentais russas (32,46%) e autoridades das províncias rebeldes do Donbass (29,87%), aliadas de Moscou. Em seguida, vêm as fontes de autoridades de países hostis à invasão russa (18,18%), compostas principalmente por países integrantes da OTAN. O número de fontes de autoridades ucranianas (10,38%) é minoritário, sendo que o veículo, em apenas 2 ocasiões, utilizou informações de seus correspondentes no Donbass. Destaca-se ainda que, apesar de se dizer um veículo brasileiro, somente 1 fonte, o vice-presidente brasileiro Mourão, é nacional.

Quanto à autoria das matérias, nenhuma delas é assinada.

ANÁLISE TEXTUAL

O editorial da Folha, consubstanciado na matéria F01, demonstra o posicionamento crítico do jornal em relação à invasão russa. Já no título, emprega-se a palavra “agressão” para descrever a invasão, denotando o caráter negativo da ação. No texto, emprega-se o adjetivo “autocrata de Moscou” em referência a Putin, o presidente russo, atestando que sua

ação deveria ser condenada pela comunidade internacional. Os russos são descritos como "invasores" que pretendem "sufocar" a capital ucraniana, utilizando "pretextos" que seriam farsas para ocultar as "intenções tirânicas" do líder russo. O editorial ainda descreve a ação russa como uma "aventura armamentista" similar à empregada contra a Geórgia em 2008, quando este país procurou se aproximar da OTAN. As sanções econômicas e financeiras são consideradas incapazes de parar a Rússia, já que ela contaria com a conivência da "ditadura chinesa" para contornar esses obstáculos.

Os termos utilizados nas outras matérias não seguem a mesma linha do editorial. Como exemplo, Igor Gielow, o produtor das três matérias analisadas, ao invés de autocrata, descreve Putin, na matéria F04, como "o longevo líder do Kremlin", apesar de empregar o termo "ditadura da Belarus" na matéria F02 para se referir ao país aliado da Rússia. Na matéria F02 o jornalista cita o termo "desnazificação" como justificativa de Putin para a invasão da Ucrânia, e dá respaldo parcial a essa afirmativa ao afirmar que "de fato há elementos nas Forças Armadas da Ucrânia com associações neonazistas", porém botando em evidência o fato de que o presidente ucraniano Zelenski "é judeu", o que vai de encontro a essa suposta tendência neonazista. Novamente, na matéria F03, Gielow fala sobre as marcas do conflito com os nazistas na segunda guerra mundial e como ela é "explorada pelo russo [Putin] na sua propaganda", empregando o termo negativo "propaganda" para qualificar as afirmativas do presidente russo, novamente pontuando o fato de Zelenski ser judeu.

Na matéria F03, ao analisar a afirmativa de Putin de que os ucranianos representam uma ameaça militar para as províncias rebeldes do Donbass, Gielow afirma que essa ameaça é "considerada inexistente por analistas", sem especificar quais analistas desqualificam a visão do russo. Ainda na mesma matéria, Gielow informa que uma das fontes anônimas do jornal, que havia afirmado que Putin deu um ultimato a Zelenski pela rendição, afirmou que "Putin nunca arriscaria matar civis ucranianos" dadas as ligações entre os dois povos, o que o jornalista afirma se tratar de "coisas ilógicas". Ao afirmar sobre as ações de Putin na matéria, o autor alega que há "consenso" nos meios diplomáticos em Moscou, sem especificar nomes, que Putin deseja uma mudança de regime na Ucrânia, empregando o termo "'blitzkrieg' nazista" para qualificar a ação militar russa. Falando sobre as sanções econômicas ao setor aéreo russo, Gielow alega que "a fama de lugar perigoso para voar pode piorar para a Rússia", sem apresentar dados dessa alegação.

Discorrendo sobre as ações de Zelenski na matéria F04, Gielow afirma que o presidente ucraniano, no terceiro dia de guerra, “não saiu da frente das câmeras”, com isso “se impondo na narrativa do dia”. Gielow fala sobre “narrativa” sem especificar se ela é a produzida pelo ocidente ou outras partes do mundo. Apesar disso, o jornalista cita uma fala de Zelenski em que ele alega que os soldados russos não sabiam que estavam sendo enviados para a invasão da Ucrânia, afirmando que o presidente fez isso “sem apresentar evidências de suas alegações”.

Ainda na matéria F04, Gielow qualifica as alegações de genocídio ucraniano no Donbass como “retórica” e afirma que “não há nada disso, mas um embate cultural aberto, no qual Kiev buscou impor a língua ucraniana”. Sobre as ofertas de paz de Putin, Gielow afirma que há uma “guerra de versões” entre os presidentes, e que “dificilmente as duas versões são verdadeiras”, afirmando ainda que Zelenski manteve uma “retórica” desafiadora durante a noite do terceiro dia de combate. Por último, ao descrever Zelenki, Gielow informa sobre seu passado de comediante e que ele “chegou ao poder em 2019 de forma surpreendente”, sem informar o porquê desse adjetivo. Atesta ainda que o presidente “usa de suas qualidades de ator em pronunciamentos” e que “sem experiência política, não conseguiu conduzir uma negociação coesa com grupos internos rivais para lidar com Putin”, sendo que assim ele “passa da comédia para a tragédia, arriscando virar um mártir” quando “trocou a metavida de personagem de TV pelo acuado personagem de vídeos tremidos de internet”. Gielow conclui seu texto que, por todos esses fenômenos, “a guerra chegou ao século XXI”.

Em relação às matérias da Sputnik, elas iniciam com pequenos textos descrevendo as razões para a “operação militar especial” russa, como a pretensão de adesão da Ucrânia à OTAN, a “desnazificação” e a “desmilitarização” dela. Após, seguem diversos quadros descrevendo sucintamente as ações russas, ucranianas e a reação de países aliados e hostis à operação militar. Há declarações sobre o “comportamento histérico” e a recusa ao “diálogo” de países ocidentais. O termo “ocidental” é utilizado diversas vezes para qualificar os governos que apresentam ações hostis.

Há grande quantidade de quadros descrevendo ataques ucranianos contra civis na região do Donbass, além da suposta deserção deles para o lado rebelde. Na matéria S01, há uma interessante observação do governo russo em relação à maneira como sua operação militar é adjetivada, já que o porta-voz da presidência russa afirma que o termo “ocupação”

não é correto para descrevê-la. Na matéria S02, comunicado da defesa russa alega que o "governo nacionalista" da Ucrânia emprega métodos "terroristas" ao utilizar civis como escudos humanos para evitar sua destruição, também afirmando que as autoridades russas estão dispostas a "dialogar" com a Ucrânia para resolver o conflito.

PRÁTICAS SOCIAIS DOS VEÍCULOS JORNALÍSTICOS

Ao analisar o desenvolvimento econômico e ideológico da Folha de São Paulo durante o período dos governos militares no Brasil (1964-1985), Bonsanto, Daemon e Ribeiro (2023) revelam algumas das causas para a rápida expansão e o pioneirismo alcançado em diversas áreas pelo jornal. Partindo de uma situação financeira e administrativa caótica e precária no início da década de 1960, seus favores ao novo regime permitiram que a empresa se consolidasse como um grande conglomerado empresarial midiático no final dessa mesma década. Fato emblemático dos favores financeiros obtidos pela empresa em razão de suas posições ideológicas, a Folha obteve em 1967, por meio de financiamento da USAID, agência de fomento econômico norte-americana, os equipamentos para impressão offset em cores. A agência USAID, criada em 1961 para apoiar a política externa dos EUA, esteve ligada a diversas intervenções deste país no Brasil e na América Latina em geral.

Durante a década de 1990 e na entrada dos anos 2000, o Grupo Folha passa a diversificar sua área de atuação. Sob a presidência de Luiz Frias a partir de 1992, o grupo adquire a empresa Universo Online-UOL. Durante um longo período, o portal virtual UOL ficou entre os *websites* mais acessados do Brasil, atrás apenas de grandes empresas estrangeiras. No ano de 2006, o grupo adentra o ramo das finanças digitais, lançando o sistema financeiro PagSeguro. Em 2018, a empresa PagSeguro abriu seu capital na bolsa de Nova York, um dos centros do capitalismo financeiro mundial, arrecadando cerca de dois bilhões e meio de dólares (Biografia, 2018).

O veículo Sputnik foi lançado no contexto da busca do governo russo por maior penetração no mercado jornalístico mundial. Segundo Rocchi (2017), a Federação Russa, no início dos anos 2000, instituiu a agência de notícias RIA- Novosti e o canal de notícias RT. Em 2014, segundo Oliveira e Ramires (2022), a agência RIA- Novosti foi dissolvida e instituiu-se a Sputnik como ferramenta para oferecer interpretações alternativas aos acontecimentos no cenário internacional, transmitindo em dezenas de idiomas. Em seu portal, a Sputnik informa sobre seu financiamento por parte do governo da Federação Russa.

Segundo Lopes (2019), a Sputnik no Brasil tem sede no Rio de Janeiro e conta com 15 jornalistas. Durante o governo do presidente Bolsonaro, o jornal adotava tom crítico a ele e seu alinhamento com as políticas dos EUA. A produção do veículo brasileiro é distribuída para Portugal e para diversos países africanos de língua portuguesa. Ainda segundo o mesmo autor, há controvérsias entre pesquisadores brasileiros sobre o caráter jornalístico do veículo. Seus detratores alegam que o jornal é apenas um instrumento governamental russo, dependente diretamente das diretrizes de Putin para sua linha editorial. Outros afirmam que o veículo é uma ferramenta antihegemônica em um ambiente dominado por agências de notícias ocidentais, apresentado a visão russa de fatos internacionais. Eles comparam, ainda, o caráter estatal do veículo com jornais estatais ocidentais, como a BBC e a DW, apontando para o fato desses veículos, apesar de estatais, não sofrerem o mesmo estigma que a Sputnik.

CONCLUSÃO

Em relação à cobertura realizada pela Folha, percebe-se que seu editorial, matéria F01, alinha-se com suas práticas sociais históricas e atuais, ou seja, um veículo que em seus primórdios contou com alinhamento ideológico a países ocidentais, notadamente os EUA, contando inclusive com financiamento deste para o desenvolvimento de sua infraestrutura produtiva, e conta com fortes ligações com o mercado financeiro ocidental, já que faz parte de um conglomerado empresarial que conta com a PagSeguro, firma de serviços financeiros com capital aberto na bolsa de Nova York.

No entanto, as outras matérias do corpus, F02, F03 e F04, não demonstram o mesmo alinhamento. Igor Gielow faz uso equilibrado de suas fontes, com diversas citações diretas, dando voz a autoridades dos dois lados do conflito, refutando e corroborando, diversas vezes, tanto as afirmações de Putin quanto as de Zelenski, empregando os termos emanados por estes. Supõe-se que, conforme preconizado por Charadeau (2013), o veículo de comunicação, apesar de sua necessidade de captação de um público afinado ideologicamente com as ideias do jornal, necessita equilibrar suas produções pela visada de informação, imprimindo credibilidade ao conteúdo produzido por meio da utilização de fontes diversificadas e muitas vezes antagônicas. Um estudo com maior abrangência faz-se necessário para verificar se a cobertura geral do conflito segue a mesma tendência da pequena amostra do *corpus* analisado.

O veículo Sputnik, por sua vez, apresenta uma cobertura afinada com suas práticas sociais. Como veículo estatal da Federação Russa, deu enfoque nas fontes e nos termos empregados por autoridades governamentais russas e pelas autoridades das províncias que, dentro de meses, seriam anexadas ao território russo. Apresentou, em menor número, informações relativas a autoridades de governos hostis, supostamente pela mesma necessidade do contrato de comunicação apresentada por Charadeau (2013) em relação à Folha. Apesar de apresentar-se como a filial nacional de um veículo estrangeiro, as informações sobre o impacto do conflito no cenário nacional foram praticamente inexistente, primando pelas informações sobre as reações no cenário internacional em relação ao conflito.

REFERÊNCIAS

BIOGRAFIA de Luiz Frias. **Suno**, 2018. Disponível em: https://www.suno.com.br/tudo-sobre/luiz-frias/#:~:text=Estima%2Dse%20que%20sua%20parcela,h%C3%A1%20mais%20de%20quatro%20d%C3%A9cadas. Acesso em: 25 de março de 2024.

BONSANTO, A.; DAEMON, F.; RIBEIRO, A. P. G. A responsabilidade do Grupo Folha por violações de direitos durante a ditadura: considerações sobre um itinerário de pesquisa. **Projeto História** : revista do Programa de Estudos Pós-Graduados de História, [S. l.], v. 77, p. 135–156, 2023. DOI: 10.23925/2176-2767.2023v77p135- 156. Disponível em: https://revistas.pucsp.br/index.php/revph/article/view/61562. Acesso em: 24 mar. 2024.

BORGES, R. P.; MACHADO, L. M. M.; MORAES, A. T. **Comunicação e discursividade**: teoria e dispositivos analíticos da AD. Goiânia: Kelps, 2021.

CHARADEAU, Patrick. **Discurso das mídias**. São Paulo: Contexto, 2013.

CONGRESSO DOS EUA (Estados Unidos da América). **Statement of general Laura J. Richardson commander, United States Southern Command before the 118th Congress House Armed Services committee.** Washington, 8 de março de 2023. Disponível em: https://www.southcom.mil/Portals/7/Documents/Posture%20Statements/2023%20SOUTHCOM%20Posture%20Statement%20FINAL.pdf?ver=rxp7ePMgfX1aZVKA6dl3ww%3D%3D. Acesso em: 23 de dezembro de 2023.

CONSELHO DA UNIÃO EUROPEIA (União Europeia). **EU imposes sanctions on state-owned outlets RT/Russia Today and Sputnik's broadcasting in the EU**. Bruxelas, 2 de março de 2022. Disponível em: https://www.consilium.europa.eu/en/press/press-releases/2022/03/02/eu-imposes-sanctions-on-state-owned-outlets-rtrussia-today-and-sputnik-s-broadcasting-in-the-eu/. Acesso em: 03 de outubro de 2024.

CORRÊA, Vitor de Abreu. A narrativa da Guerra de Canudos: o diário de Euclides da Cunha. In: CUNHA, M. J.; MOTA, C. L.; MOTTA, L. G (Org.). **Narrativas Midiáticas**. Florianópolis: Insular, 2012, p. 139-157.

DEPARTAMENTO DE ESTADO DOS EUA (Estados Unidos da América). Pronunciamento do secretário Antony J. Blinken à imprensa. Washington, 13 de setembro de 2024. Disponível em: https://www.state.gov/pronunciamento-do-secretario-antony-j-blinken-a-imprensa/. Acesso em: 03 de outubro de 2024.

FAIRCLOUGH, Norman. **Discurso e mudança social**. Brasília: Editora UNB, 2001.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2002.

HOFFMAN, F. **Conflict in the 21st century**: the rise of hybrid wars. Arlington: Potomac Institute for Policy Institute, 2007. Disponível em: https://www.potomacinstitute.org/images/stories/publications/potomac_hybridwar_0108.pdf . Acesso em: 20 de junho de 2023 .

KORYBKO, Andrew. Hybrid wars: the indirect adaptive approach to regime change. Moscou, Rússia: Peoples' Friendship University of Russia, 2015.

LIANG, Qiao; XIANGSUI, Wang. **Unsrestricted warfare**. Beijing: PLA Literature and Arts Publishing House. fevereiro de 1999. Disponível em: https://www.c4i.org/unrestricted.pdf . Acesso em: 20 de junho de 2023.

LIPPMANN, Walter; MERZ, Charles. A test of the news: an examination os the news reports in The New York Times os aspects os the russian revolution os special importance to americans march 1917-march 1920. **The New Republic**, EUA, vol. XXIII, part II, n. 296, 04 de agosto de 1920. Disponível em: https://archive.org/details/LippmannMerzATestoftheNews . Acesso em: 20 de junho de 2023.

LOPES, Rodrigo. Como atua a Sputnik, agência russa de notícias que se espalha pela América. **GZH**, Porto Alegre, 2019. Disponível em: https://gauchazh.clicrbs.com.br/mundo/noticia/2019/12/como-atua-a-sputnik-agencia-russa-de-noticias-que-se-espalha-pela-america-ck3rf3xpx02h901rzzzwp1c53.html. Acesso em: 10 de outubro de 2024.

MAIA, Flávia Dourado; SILVA, Gislene. Análise de cobertura jornalística: um protocolo metodológico. **Rumores**, São Paulo, ano 5, edição 10, julho-dezembro 2011.

OLIVEIRA, L. G. A., RAMIRES, Lídia. A Sputnik Brasil como ferramenta de propaganda russa sobre a guerra da Ucrânia. **Revista Iniciacom**, São Paulo, V.11, nº 2, 2022. Disponível em: https://revistas.intercom.org.br/index.php/iniciacom/article/view/4347. Acesso em: 10 de outubro de 2024.

ROCCHI, Denise de. Sputnik news e o discurso contrahegemônico russo. In: XVIII Congresso de ciências da comunicação na região sul, 2017, Caxias do Sul. **Anais eletrônicos** [...]. Caxias do Sul: Intercom, 2017. Disponível em: https://portalintercom.org.br/anais/sul2017/resumos/R55-1306-1.pdf. Acesso em: 09 de outubro de 2024.

SANTOS, Márcio Carneiro do. Métodos digitais e a memória acessada por APIs: desenvolvimento de ferramenta para extração de dados de portais jornalísticos a partir da WayBack Machine**. Revista Observatório**, Palmas, v. 1, n. 2, p. 23-41, Set./Dez. 2015.

O(s) autor(es) é(são) responsável(is) pela fidedignidade dos dados apresentados.

HABERMAS E A TEORIA DA AÇÃO COMUNICATIVA: A COMUNICAÇÃO DE AGENTES POLÍTICOS DURANTE AS ENCHENTES DO RIO GRANDE DO SUL[1]

Aline dos Santos[2]

Felipe Ferreira de Souza Fulquim[3]

Núbia da Cunha Simão[4]

RESUMO

O artigo visa analisar o uso da comunicação, enquanto razão comunicativa por agentes políticos durante o período de enchentes no Rio Grande do Sul, em 2024. O estudo foi desenvolvido utilizando o referencial teórico de Habermas,1988, à luz da Teoria da Ação Comunicativa para analisar as redes sociais de Luiz Inácio Lula da Silva, Eduardo Leite e Pablo Marçal, agentes políticos que atuaram neste período da calamidade, observando-se o uso da comunicação estratégica em lugar da razão comunicativa.

Palavras-chave: Teoria da Ação Comunicativa; Razão Estratégica; Comunicação Estratégica; Instrumentalização da Comunicação; Enchentes no Rio Grande do Sul.

HABERMAS AND THE THEORY OF COMMUNICATIVE ACTION: THE COMMUNICATION OF POLITICAL AGENTS DURING THE FLOODS IN RIO GRANDE DO SUL

ABSTRACT

The article aims to analyze the use of communication, as a communicative reason, by political agents during the flood period in Rio Grande do Sul, in 2024. The study was developed using the theoretical framework of Habermas, 1988, in light of the Theory of Communicative Action to analyze the social networks of Luiz Inácio Lula da Silva, Eduardo Leite and Pablo Marçal, political agents who worked during this period of calamity, observing the use of strategic communication instead of communicative reason.

Keywords: Theory of Communicative Action; Strategic Reason; Strategic Communication; Instrumentalization of Communication; Floods in Rio Grande do Sul.

---

[1] Artigo desenvolvido na disciplina de Teorias da Comunicação sob a orientação da professora Ângela Teixeira de Moraes.

[2] Discente do Mestrado em Comunicação pela Universidade Federal de Goiás. Bolsista Capes. E-mail: alinesantos23@discente.ufg.br.

[3] Discente do Mestrado em Comunicação em Comunicação pela Universidade Federal de Goiás. Bolsista Capes. E-mail: felipe.fulquim@discente.ufg.br.

[4] Discente do Doutorado em Comunicação pela Universidade Federal de Goiás. E-mail: nubiasimao@gmail.com.

PASSOS EM DIREÇÃO A AÇÃO COMUNICATIVA

A pesquisa desenvolvida neste trabalho busca analisar, a partir da Teoria da Ação Comunicativa, de Jurgen Habermas (1988), a aplicação da comunicação estratégica por alguns políticos durante as enchentes do Rio Grande do Sul — que teve seu pico entre o final de abril e início de maio de 2024.

Para a realização da pesquisa, foi feito um levantamento bibliográfico e a análise de conteúdo das redes sociais do presidente Luiz Inácio Lula da Silva (PT), do governador do Rio Grande do Sul, Eduardo Leite (PSDB), e do candidato à prefeitura de São Paulo em 2024, Pablo Marçal (PRTB). A abordagem parte dos estudos da Teoria da Ação Comunicativa, apresentando-se os conceitos da teoria da ação comunicativa, as diferenças entre razão instrumental e razão comunicativa e a análise das divulgações dos agentes políticos citados acima no caso da enchente do Rio Grande do Sul.

Para esta análise, foram escolhidos os três políticos que ficaram no centro das discussões na internet, considerando-se que Eduardo Leite (PSDB) e Luiz Inácio Lula da Silva (PT) representam, respectivamente, o governo estadual e federal e ambos estavam diretamente ligados à situação em si e de fato era esperado que os representantes atuassem ativamente para a solução da catástrofe. Pablo Marçal (PRTB), por sua vez, embora sem uma ligação direta com o Rio Grande do Sul, utilizou-se da situação para propagar informações, apresentar-se como um cidadão solidário e direcionar críticas à atuação dos governos federal e estadual diante da situação.

O estudo apresenta grande potencial de contribuição para a área da comunicação, ao observar o uso do agir instrumental diante de situações que afetam o cotidiano da sociedade. Posto isto, este artigo se concentra na análise da aplicação da comunicação estratégica para a conquista do apoio popular e manifestação da solidariedade durante o período das enchentes.

FUNDAMENTOS DA TEORIA DA AÇÃO COMUNICATIVA

É importante lembrar, a priori, que a produção científica de Habermas está ligada às posições políticas progressistas da Escola de Frankfurt, que assume a capacidade humana de consenso em busca de uma sociedade mais justa, igualitária e inclusiva. Porém, o autor fala após experiências fracassadas de socialismo (Gutierrez, 2013). O autor analisa a sociedade e

identifica a importância da comunicação para o modelo de deliberação participativa, ora denominado de forma simplificada, aqui, enquanto democracia.

A comunicação, conforme defendido pelo filósofo e sociólogo alemão, Jurgen Habermas, é o centro do cenário democrático. Para tanto, em 1981, o autor desenvolveu a sua Teoria da Ação Comunicativa (TAC) como uma crítica aos trabalhos da Escola de Frankfurt (Alemanha) e considerando mudanças sociais que ocorreram a partir da revolução industrial. De uma forma mais ampla, Bettini (2021) defende que Habermas (1988) sempre priorizou ideais pacifistas, se apoiando em formas de construção de consensos como uma solução para os impasses sociais. Bettini (2021) destaca ainda que Habermas (1988) em sua obra, cita mais de 551 autores, entre eles, uma de suas contribuições críticas é a obra de Weber, especialmente sobre a razão instrumental: "Weber pensa em termos de atingir um objetivo e Habermas, via Mead, pensa em termos de atingir um objetivo, conseguindo que alter tenha um comportamento útil a ego". (Gutierrez, 2013, p. 152). Ou seja, a abordagem de Habermas (1988) preocupa-se com a dinâmica interativa em que uma pessoa busca influenciar o comportamento de outras, visando alcançar seus objetivos. Além disso, Gutierrez (2013, p. 152) complementa que a força de a categoria agir estratégico está justamente no fato de, agora, ser utilizada de uma forma mais circunscrita, limitada ao interior dos subsistemas.

> Desde a perspectiva conceitual da ação orientada ao entendimento, a racionalização aparece, antes de tudo, como uma reestruturação do MV, como um processo que atua sobre a comunicação cotidiana através da diferenciação do sistema de saber, afetando assim as formas de reprodução cultural, interação social e socialização. (Habermas, 1988, p. 435)

Para Habermas (1988), esse tipo de racionalidade comunicativa só se tornou viável com o surgimento da modernidade, pois em períodos anteriores estavam misturadas, convivendo como uma coisa só, dominada pela religião.

> Segundo Habermas, esse modelo de racionalidade comunicativa só se tornou possível com o advento da modernidade. Nas sociedades tradicionais, não era possível tomar posição clara de aceitação ou recusa das diferentes pretensões de validade, porque as três esferas - a objetiva, a social e a subjetiva - se interpenetravam, convivendo simbioticamente num todo indiferenciado, dominado pela religião. (Rouanet, 1998, p.339-340).

Neste contexto, o autor defende que a linguagem é utilizada para as pessoas estabelecerem comunicação entre si. Nesta perspectiva, as pessoas precisam estar abertas a ouvir e entender o outro, pois somente a partir do entendimento entre as pessoas é que se torna possível a construção da democracia. Assim, Habermas (2012) argumenta que a existência do diálogo pressupõe que todos os participantes de um discurso tenham iguais oportunidades de fala, questionamentos, interpretações, argumentos, problematizações e resposta. No que ficou conhecido como Teoria da ação comunicativa, Gutierrez (2013), estabelece que:

> A TAC, como o próprio nome diz, é uma teoria, ou seja, uma explicação abrangente das relações entre os seres humanos, visando a sua compreensão a partir da utilização de um modelo explicativo específico. É uma teoria que se fundamenta no conceito de ação, entendida como a capacidade que os sujeitos sociais têm de interagirem intra e entre grupos, perseguindo racionalmente objetivos que podem ser conhecidos pela observação do próprio agente da ação. Habermas vai priorizar, para a compreensão do ser humano em sociedade, as ações de natureza comunicativa. Isto é, as ações referentes à intervenção no diálogo entre vários sujeitos. É, portanto, uma teoria da ação comunicativa. (Gutierrez, 2013, p. 153)

A teoria da ação comunicativa de Jurgen Habermas apresenta uma importante distinção entre duas esferas da sociedade: o "Mundo da Vida" (MV) e os "subsistemas", orientados pelo poder e pelo dinheiro. Essas categorias, fundamentais para a compreensão das interações sociais e políticas, descrevem as diferentes formas de ação que permeiam a sociedade contemporânea. Enquanto o MV é caracterizado pela busca de consensos por meio da comunicação, os subsistemas operam com base em ações estratégicas, voltadas para a obtenção de resultados utilitários. Esta dissertação tem como objetivo explorar essas categorias habermasianas, discutindo as inter-relações entre o mundo da vida e os subsistemas, e o impacto da colonização do primeiro pelos segundos.

Mas, afinal o que é Mundo da Vida (MV)? “O MV acumula o trabalho de interpretação realizado por gerações passadas; é o contrapeso conservador contra o risco de desacordo que comporta todo processo de entendimento” (Habermas, 1988, V1, p. 104). Ou seja, o autor refere-se ao domínio onde os indivíduos buscam o entendimento mútuo através da comunicação, com a finalidade de estabelecer consensos. Nesse contexto, as interações se dão de forma mais cooperativa, priorizando o diálogo e a negociação de significados. O MV constitui-se, assim, como o espaço primordial para a ação comunicativa, onde os valores

e normas sociais são continuamente construídos e reafirmados por meio da interação social. É nesse espaço que os sujeitos tentam alcançar um entendimento comum, tornando possível a coordenação de ações baseada em consenso (Gutierrez, 2013).

Por outro lado, Habermas (1988) identifica a existência de **subsistemas sociais** que são regulados por dois meios principais: o poder, relacionado à esfera política e ao Estado, e o dinheiro, vinculado ao mercado. Esses subsistemas operam por meio de ações estratégicas, em que os indivíduos ou instituições buscam influenciar os outros visando resultados úteis, sem necessariamente buscar o entendimento ou o consenso. Aqui, a lógica predominante é a da eficiência, onde a comunicação se torna um meio para alcançar fins específicos, como o controle político ou o lucro econômico.

Um aspecto crucial da teoria habermasiana é a **relação entre o Mundo da Vida e os subsistemas**. Enquanto o MV deve, idealmente, permanecer um espaço de comunicação livre e voltada ao entendimento, Habermas (1988) observa que ele frequentemente sofre a "colonização" pelos subsistemas do poder e do dinheiro. Esse processo de colonização refere-se à forma como as lógicas estratégicas e instrumentais dos subsistemas acabam invadindo o MV, instrumentalizando a comunicação e distorcendo o processo de construção de consensos. Em outras palavras, o MV perde sua autonomia e passa a ser subordinado aos interesses e à lógica dos subsistemas, comprometendo sua função essencial de manter a coesão social baseada em entendimento mútuo.

Mundo da vida, por assim dizer, o lugar transcendental em que falante e ouvinte saem ao encontro. Emissão para fazer sentido, ser válida, depende de que emissor e receptor compartilhe o mundo vivido. Ou seja, as ações comunicativas ocorrem no mundo vivido. A linguagem é um instrumento de comunicação que facilita a compreensão mútua, enquanto os indivíduos, ao se compreenderem reciprocamente para organizar suas ações, buscam alcançar objetivos específicos (Habermas, 1988). O autor complementa ainda que:

> Comunicação difusa, frágil, constantemente submetida à revisão e só alcançada por alguns instantes, na que os implicados se baseiam em pressuposições problemáticas e não aclaradas, sempre movendo-se aproximadamente desde algo no que ocasionalmente estão de acordo até o seguinte. (Habermas, 1988, p. 377)

Nesse local, Habermas (1988) identifica motivações para a ação dos sujeitos, entre elas, destaca-se nesta pesquisa a razão comunicativa, que seria a busca pelo consenso, e a

razão estratégica usada para fins instrumentais. A razão comunicativa é colocada por Habermas (1988) como algo relacionado ao bem-estar social das pessoas. “Todos os participantes perseguem sem reservas fins ilocucionários com o propósito de chegar a um acordo que sirva de base a uma coordenação combinada dos planos de ação individuais” (Habermas, 1988, p. 378). Assim, o autor também sugere que “os sujeitos da ação comunicativa buscam entender-se e construir uma definição de cada situação e chegar a um consenso sobre algo no mundo”. (Habermas, 1988, p. 378)

Partindo das análise de Weber, Habermas, propõe:

> O ator atinge um fim, e faz com que se produza o estado de coisas desejado, escolhendo, numa situação dada, os meios mais convenientes aplicando-os de forma adequada (...) A ação teleológica se amplia e se converte em ação estratégica quando no cálculo que o agente faz de seu êxito intervém a expectativa das decisões de, pelo menos, um outro agente que também atua visando a realização de seus próprios objetivos. (Habermas, 1988, v. I, p. 122.)

Por outro lado, a razão instrumental/estratégica é vista como essencialmente voltada à lógica de mercado e com foco no lucro. A partir disso, o autor trabalha com a perspectiva de que temos de um lado o mundo da vida e de outro o sistema. No mundo da vida, Habermas (1988) pontua que estão as esferas das tradições, da cultura, da solidariedade e da cooperação. Já no mundo sistema, concentra-se o Estado e o mercado, simbolizados pelo poder/burocracia e dinheiro. A ação estratégica em lugar da ação comunicativa é um lócus de empobrecimento da comunicação.

O autor observa o capitalismo e a instituição estatal moderna como subsistemas que através dos meios dinheiro e poder se diferenciam do sistema institucional, ou seja do componente social do mundo da vida. Na sociedade burguesa os âmbitos de ação integrados socialmente adquirem, frente aos âmbitos de ação integrados sistemicamente, que são a Economia e o Estado, a forma da esfera da vida privada e esfera da opinião pública, as quais guardam entre si uma relação de complementaridade.

> Desde a perspectiva dos subsistemas Economia e Estado, as interações com as esferas do mundo da vida com as quais se limitam, em cada caso, se efetuam na forma de relações de intercâmbio conectadas em paralelo: o sistema econômico troca salário por trabalho (como input específico), e bens e serviços (como output específico) pela demanda dos consumidores. A administração pública troca realizações organizativas por impostos (como input específico) e decisões políticas (como output específico) pela lealdade da população. (Habermas, 1988, v. II, p. 452)

Embora a Teoria da Ação Comunicativa (TAC) enfatize a importância de qualificar a afirmação com a expressão "em princípio", é inegável que a teoria conduz o leitor à ideia de que os subsistemas, representados pelos meios poder e dinheiro, estão ancorados e, consequentemente, dependem do Mundo da Vida (MV). Essa dependência se dá porque o MV, em sua essência, é mais abrangente e fundamental do que os sistemas, uma vez que é nele que os subsistemas encontram sua base de sustentação. Assim, os sistemas precisam estar enraizados no MV para funcionarem adequadamente. (Gutierrez, 2013)

Quando agentes os subsistemas colonizam o Mundo da Vida observa-se um empobrecimento cultural e a fragmentação da consciência cotidiana, frente ao que se torna necessário “averiguar as condições que permitam a reconexão da cultura racionalizada com uma comunicação cotidiana que necessita de tradições vivas que a alimente” (Habermas, 1988, p. 502).

EM BUSCA DE UMA METODOLOGIA PARA ANALISAR A AÇÃO COMUNICATIVA VERSUS USO DA RAZÃO ESTRATÉGICA

Em busca de uma metodologia para analisar a ação comunicativa versus uso da razão estratégica opta-se pela Análise de Conteúdo, que é uma metodologia de pesquisa amplamente utilizada nas ciências sociais e humanas, para interpretar e inferir significados a partir de textos, sons, símbolos e imagens. Esse método busca examinar mensagens transmitidas por diferentes meios de comunicação, sejam elas impressas, gravadas ou disseminadas digitalmente. Ao utilizar a análise de conteúdo, o pesquisador recolhe dados qualitativos e quantitativos, organizando-os em categorias que foram previamente definidas, testadas e ajustadas para garantir que sejam mutuamente exclusivas e passíveis de replicação.

Segundo Herscovitz (2010, p. 126), o método recolhe e analisa uma variedade de elementos encontrados na mídia, seja através de uma amostragem aleatória ou intencional dos objetos de estudo. A partir dessa amostra, são feitas inferências sobre o conteúdo e os formatos das mensagens, que podem ser agrupadas em categorias analíticas previamente estabelecidas. A replicabilidade é uma característica essencial desse processo, garantindo que os resultados possam ser validados e reproduzidos em contextos semelhantes. Ainda para o autor:

> O método mostra-se vantajoso para validar aspectos “da produção de indivíduos, grupos e organizações, para identificar elementos típicos, exemplos representativos e discrepâncias e para comparar o conteúdo jornalístico de diferentes mídias e diferentes culturas”. (Herscovitz, 2010, p. 123).

Dessa forma, a análise de conteúdo permite não apenas uma descrição detalhada dos dados, mas também uma compreensão mais profunda dos padrões, tendências e significados subjacentes. Esse processo é fundamental em estudos que envolvem a comunicação de massa, o comportamento midiático e as representações culturais, proporcionando *insights* que vão além do conteúdo explícito, ao revelar aspectos implícitos das mensagens.

Em maio de 2024, o estado do Rio Grande do Sul enfrentou uma das piores enchentes de sua história recente. Chuvas intensas causaram grandes danos em diversas regiões, levando à destruição de casas, infraestrutura e à perda de vidas. A calamidade mobilizou autoridades locais, entidades da sociedade civil e a população em esforços de resgate e recuperação. Porém, a tragédia também serviu de palco para discussões sobre o papel da comunicação política e a instrumentalização de eventos desse porte para ganhos eleitorais. Neste sentido, optou-se nesta pesquisa por analisar os perfis de Pablo Marçal (PRTB), Luiz Inácio Lula da Silva (PT) e Eduardo Leite (PSDB) durante o período de 01 de maio a 31 de maio de 2024.

Com o objetivo de verificar a variável teórica da ação comunicativa versus ação estratégica, a partir de Habermas, enquanto categorias de análise, foi realizada pesquisa exploratória no Instagram. Compreendendo: acesso ao perfil, seguido por coleta de dados, feito da seguinte forma: visualizações das postagens feitas no período de 01 a 31 de maio de 2024 e análise das legendas de textos das postagens em uma planilha com o uso da função de contagem de palavras para identificar as mais frequentes. Além de dados de pesquisas adicionais relativas ao período, conforme citações.

Importante notar a relevância e a motivação da escolha da plataforma Instagram. De acordo com o estudo realizado por We Are Social e Meltwater[5] (...), o Instagram conta com 134,6 milhões de usuários no Brasil. Essa rede social ocupa a terceira posição em popularidade no país, ficando atrás apenas do WhatsApp e do YouTube. Desde 2015, o Brasil

[5] Brasil é o terceiro maior consumidor de redes sociais em todo o mundo. Disponível em: https://forbes.com.br/forbes-tech/2023/03/brasil-e-o-terceiro-pais-que-mais-consome-redes-sociais-em-todo-o-mundo/. Acesso em 20 de agosto de 2024.

está entre as nações que mais utilizam o Instagram, destacando-se como um mercado relevante para a plataforma.

O Instagram desempenha um papel fundamental nas estratégias *omnichannel* das empresas, integrando-se de maneira eficaz a anúncios publicitários e parcerias com influenciadores digitais. Entre os brasileiros com maior número de seguidores na rede social, destacam-se Neymar, com 223 milhões de seguidores; Ronaldinho Gaúcho, com 76,7 milhões; e Marcelo, com 68 milhões de seguidores, demonstrando a relevância da plataforma para figuras públicas e celebridades no Brasil.

Neste sentido, Pablo Marçal (PRTB) usa o perfil @pablomarcal1, com os seguintes números: 13 milhões de seguidores, 3.742 pessoas seguidas e 6.442. Marçal (PRTB) também utiliza a conta reserva @pablomarcalporsp, com mais de 4 milhões de seguidores. Luiz Inácio Lula da Silva (PT) usa o perfil @lulaoficial e conta com 13,1 milhões de seguidores, 546 pessoas seguidas, 5.360 publicações e é reconhecido pela própria plataforma como "Presidente do Brasil". Eduardo Leite (PSDB) usa o perfil @eduardoleite45, possui 1 milhão de seguidores, segue 1.725 perfis e conta com 3.347 publicações. Os dados são referentes a primeira semana do mês de setembro deste ano.

Pela análise quantitativa observa-se inicialmente maior influência de Pablo Marçal (PRTB) e Lula (PT), ambos com 13 milhões de seguidores, em detrimento de Eduardo Leite (PSDB) que possui apenas 1 milhão de seguidores. A diferença entre 1 milhão e 13 milhões de seguidores é 1200% maior. Mas, a análise deter-se-á nos posts feitos nos perfis.

No período de 01 a 31 de maio de 2024, foram constatadas em relação à temática, no perfil de Pablo Marçal (PRTB) 42 postagens, a partir do dia 08 de maio. Já no Instagram de Lula (PT) foram observadas 20 postagens a partir de 10 de maio. No perfil de Eduardo Leite (PSDB) contam-se 55 postagens a partir do dia 01 de maio, quando ele compartilhou parte de uma entrevista ao vivo para a rede de televisão CNN, no Brasil, e relata previsão metereológica e risco ao Rio Grande do Sul. Importante anotar tal alerta do governador, pois conforme a Defesa Civil, no desastre morreram 182 pessoas, outras 31 pessoas seguem desaparecidas e mais de 800 ficaram feridas durante as enchentes. Estima-se que 600 mil pessoas tenham ficado desabrigadas. Os prejuízos causados pelas chuvas que atingem o Rio Grande do Sul já ultrapassam 12,4 bilhões de reais, segundo a Confederação Nacional de Municípios.

No perfil de Eduardo Leite (PSDB), há incidência em 89% de posts com legendas contendo as palavras gravidade (46 vezes), chuvas (48 vezes), situação (48 vezes), atingir (46 vezes), atendimento (46 vezes), solidariedade (25 vezes), afetadas (46 vezes), segurança (8 vezes), forças armadas (40 vezes), doações (22 vezes).

Nas postagens de Lula (PT), percebe-se a incidência de cerca de 62% dos posts com legendas contendo as palavras: chuva (12 vezes), Rio Grande do Sul (18 vezes), militares (12 vezes), resgate (10 vezes), doações (11 vezes), medidas (14 vezes), reconstrução (17 vezes), compromisso (15 vezes), dívida (06 vezes), união (12 vezes), salvar (13 vezes) força tarefa (10 vezes), vítima (10 vezes), descansar (10 vezes), empenhado (10 vezes).

Já nos posts de Pablo Marçal, em cerca de 76% dos posts as legendas contém as palavras: ajuda (30 vezes), desafio (26 vezes), missão (30 vezes), presidente (32 vezes), resposta (26 vezes), água (26 vezes), mantimentos (26 vezes), chuva (32 vezes), Rio Grande do Sul (38 vezes), juntos (26 vezes), fortes (26 vezes) e orem (26 vezes).

Em suas publicações, Eduardo Leite (PSDB) enfatizou que o Rio Grande do Sul estava devastado, classificando-o como "o pior desastre da história" do estado. O chefe do executivo estadual chegou a comparar a necessidade de investimentos para a recuperação das regiões afetadas ao Plano Marshall, que vigorou entre 1947 e 1951, para a reconstrução de países europeus após a Segunda Guerra Mundial. Enquanto representante do governo estadual, Eduardo Leite (PSDB) executou medidas padronizadas para situações de calamidade, com a declaração de estado de calamidade e a solicitação de apoio emergencial do governo federal. Em algumas publicações, o governador afirmou que estava utilizando as suas redes sociais para chamar a atenção quanto a gravidade da situação do povo gaúcho, reforçando que entende que o governo federal tem outras prioridades, para demonstrar que não estaria recebendo apoio e que o presidente Lula (PT) estaria focado em outras demandas.

Por outro lado, ao solicitar doações de pessoas civis para o Rio Grande do Sul, a atitude do governador pode ser analisada sob duas perspectivas. Em um primeiro momento, o pedido foi visto pela opinião pública como necessário diante do cenário catastrófico. Mas, a atitude também abriu espaço para questionamentos quanto a capacidade do governo para solucionar a crise, já que ao recorrer ao pedido de doações da população, estaria de certo modo repassando a sua responsabilidade e mostrando ineficiência na alocação de recursos.

Ao analisarmos as incidências das principais palavras presentes no perfil de Leite (PSDB), percebe-se que ele frisou, essencialmente, na demonstração da gravidade da situação, em informes sobre situações de alerta, publicações sobre atendimentos prestados à população, ações das forças armadas, em doações e aspectos ligados à solidariedade.

Nas suas postagens, Eduardo Leite (PSDB) aparece sempre vestido com um colete da Defesa Civil, na cor laranja, gravado com seu nome e com a escrita "governador", visando demonstrar que estaria trabalhando arduamente para a solução das enchentes. O governador utilizou o acessório inclusive fora dos locais de resgate, demonstrando que ele fazia parte da sua estratégia de comunicação com a população, já que o acessório o colocava em destaque no cenário da catástrofe e passava a informação de um político preocupado, empenhado, trabalhador e solidário – o que favorece os seus objetivos políticos.

Além disso, foram gravados diversos vídeos do governador ligando para o presidente da República, governadores de outros estados e prefeitos de municípios afetados, evidenciando aspectos de comunicação política quando o foco deveria ser a comunicação pública. O uso dessas estratégias faz com o que o público enxergue o governador de maneira mais positiva. Assim, ao se centrar em estratégias de marketing político, em adotar uma postura de político solucionador, que coloca seu povo acima de tudo, percebe-se que as estratégias do governador do Rio Grande do Sul foram centradas nas bases do marketing político e pensando, inclusive, em eleições futuras. Deste modo, percebe-se que houve, em alguns momentos, a adoção de elementos da comunicação estratégica, no entanto, ela não foi predominante nas postagens de Leite (PSDB), já que enquanto governador do Rio Grande do Sul ele precisou adotar estratégias mais inclinadas ao bem-comum da população afetada pela catástrofe. Do contrário, poderia ter desencadeado uma crise na sua gestão.

O atual presidente da República, Luiz Inácio Lula da Silva (PT), adotou uma abordagem que buscava demonstrar a sua solidariedade ao estado do Rio Grande do Sul. Foram publicados vídeos com ele sobrevoando regiões, interagindo com a população e em que ele reforçou que não faltaria apoio do governo federal para a reconstrução das regiões afetadas e que "lamentavelmente só não podemos prometer recuperar a vida das pessoas, pois não está ao nosso alcance".

O perfil de Lula (PT) fez publicações contendo informações sobre recursos que estavam sendo destinados ao Rio Grande do Sul, quantidade de helicópteros, barcos e viaturas, e de profissionais em ação. Também foram anunciadas medidas como antecipação

do Bolsa Família, recursos liberados para aquisição de alimentos e para auxílio abrigo. Na maioria das publicações, prevalecem artes gráficas produzidas com informações sobre a atuação do governo federal e vídeos de cunho publicitário, com o intuito de demonstrar os esforços para a reconstrução do Rio Grande do Sul. A maior parte dos conteúdos falam em restabelecer direitos constitucionais, como saúde, moradia, alimentação e de ir e vir (com a reconstrução de estradas).

Percebe-se que Lula (PT) optou por uma atuação mais comedida, sem críticas aos seus opositores e com foco em fortalecer a sua imagem enquanto um líder de governo que estava preocupado em assegurar os direitos da população. Além disso, Lula (PT) buscou demonstrar em suas postagens que não havia afastamento entre o governo federal e do estado do Rio Grande do Sul, contrariando os argumentos iniciais adotados por Eduardo Leite (PSDB). Apesar de uma abordagem diferente da adotada por Eduardo Leite (PSDB), Lula (PT) também fez uso de elementos de comunicação estratégica para o alcance de seus interesses políticos, visando melhoria da imagem, conquista de apoio da população gaúcha e viabilizando espaço para fortalecer uma futura candidatura à reeleição. Todavia, o uso de elementos de comunicação estratégica não é predominante nas publicações do atual presidente.

Nesse contexto de calamidade, observou-se ainda que a atuação de Pablo Marçal (PRTB), figura considerada emergente na política brasileira e aspirante à prefeitura de São Paulo, ganhou destaque. Marçal é conhecido por sua retórica populista e estratégias de comunicação bem alinhadas à lógica do marketing político. Ele aproveitou o desastre no Rio Grande do Sul para construir uma narrativa pública que reforçasse sua imagem de liderança e eficiência, utilizando, segundo críticos, uma comunicação de caráter instrumental e estratégico. Sob essa ótica, suas ações podem ser analisadas à luz da teoria da ação comunicativa de Jurgen Habermas (1988).

Pablo Marçal (PRTB) esteve envolvido na tragédia da enchente de maio de 2024 no Rio Grande do Sul, utilizando suas redes sociais, como o Instagram, para divulgar suas ações de apoio às vítimas e também para reforçar a sua oposição ao atual representante do Governo Federal, Luiz Inácio Lula da Silva (PT). Pablo Marçal (PRTB) organizou centros de distribuição de alimentos e recursos, como em Novo Hamburgo, e esteve presente em áreas críticas, como o bairro Mathias Velho, em Canoas, onde participou ativamente com o uso de barcos para resgatar pessoas.

Contudo, Pablo Marçal (PRTB), ao usar a crise das enchentes apenas como oportunidade de visibilidade, não se engajou na ação comunicativa propriamente dita, que teria como finalidade um diálogo genuíno com as vítimas e a sociedade em busca de soluções coletivas. Ao contrário, sua postura reflete a ação estratégica, onde o discurso é empregado como ferramenta de autopromoção, sem considerar os interesses do outro, e com foco em resultados pragmáticos. Marçal (PRTB), ao inserir-se no contexto do desastre, explorou o potencial midiático e emocional da tragédia para se promover politicamente, desviando-se do ideal de comunicação que Habermas (1988) defende como essencial para a saúde pública do "mundo da vida" — o domínio das interações cotidianas que sustentam as relações sociais.

O conceito de "mundo da vida" em Habermas (1988) refere-se ao espaço onde as normas e valores são discutidos e compartilhados, onde o consenso é alcançado de maneira cooperativa e deliberativa. Quando a comunicação é instrumentalizada, como parece ser o caso de Marçal, o que ocorre é um "saque" à riqueza desse mundo da vida. A interação, que deveria ser voltada à busca por soluções comuns e entendimento mútuo, torna-se manipulada por interesses de poder e projeção pessoal. Marçal, ao focar em uma comunicação meramente estratégica, desrespeita o princípio habermasiano de que a comunicação deve servir ao entendimento mútuo e não à manipulação.

Posto isto, a atuação política de Marçal no contexto das enchentes é um exemplo da distorção comunicativa que Habermas (1988) criticava. O "saque" ao mundo da vida acontece quando a política, que deveria ser um espaço de deliberação ética e racional, torna-se palco para o uso de técnicas de marketing, discursos vazios e busca de vantagem pessoal às custas de um problema real que afeta milhares de vidas.

Pablo Marçal (PRTB) também chamou atenção ao utilizar as suas redes sociais para o compartilhamento de informações que foram caracterizadas como fake news, a exemplo da postagem em que afirmou que caminhões com doações estavam sendo barrados por falta de nota fiscal. Diante dos fatos, a Advocacia-Geral da União (AGU) também ingressou uma ação no dia 8 de maio deste ano com um pedido de direito de resposta contra Pablo Marçal (PRTB). A medida foi adotada após a viralização de conteúdos em que Marçal afirma que a União teria utilizado recursos para patrocinar um show da Madonna, ocorrido em 4 de maio de 2024, no Rio de Janeiro e que as Forças Armadas Brasileiras estariam inertes diante da situação crítica do Rio Grande do Sul.

Do ponto de vista de Habermas (1988), o diálogo genuíno entre os indivíduos deveria ser priorizado, com foco no entendimento e na estruturação de ações baseadas em consensos racionais. Todavia, com base nas observações realizadas durante as enchentes do Rio Grande do Sul percebe-se a predominância da ação estratégica, que instrumentaliza a comunicação.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir do cenário das enchentes do Rio Grande do Sul, percebe-se que a TAC pode ser utilizada para analisar diversos aspectos. Do ponto de vista da razão comunicativa, existe a necessidade de uma comunicação transparente por parte dos governos, sem intenção de enganar e que permita que todos os envolvidos apresentem seus pontos de vista e necessidades, com foco no entendimento mútuo e construção de consenso. Entretanto, os cenários de catástrofes são muitas vezes utilizados por atores políticos para a promoção pessoal devido à grande visibilidade que eles proporcionam. Neste contexto, a comunicação estratégica (instrumental) acaba sendo utilizada visando influenciar e manipular as pessoas, para o alcance de um determinado objetivo. Isso ocorre sem pensar no bem-comum (agir comunicativo), sem preocupações com a validade das informações ou com o entendimento mútuo.

O uso da comunicação estratégica colabora para a promoção de interesses individuais de políticos e outras autoridades públicas, que visam convencer as pessoas acerca de suas ideias. Logo, para muitos políticos, o uso de estratégias de manipulação acaba sendo mais eficaz para o alcance de apoio do que um debate baseado em consenso. Ademais, o campo político é marcado por sua alta competitividade e divergência de interesses, assim, o uso do agir comunicativo se mostra menos vantajoso para esses atores políticos.

Assim, a partir dessa análise percebe-se que a comunicação instrumental aparece mesmo em publicações de pessoas com perfis políticos completamente distintos, todavia, é comum que algumas pessoas façam o uso de forma mais intensa. Neste contexto, cabe destacar que a predominância da razão estratégica afeta negativamente a democracia, ao priorizar a manipulação e o poder em detrimento do agir comunicativo, em que o foco são os interesses da coletividade.

Com base neste estudo, percebe-se que Pablo Marçal (PRTB) utilizou-se da comunicação instrumental para aumentar a sua visibilidade pública e alcançar apoio para a

sua candidatura à prefeitura de São Paulo. Em vez de buscar o consenso, o entendimento e o bem-comum, ele optou por focar em conteúdos que priorizam seus interesses individuais, inclusive com o compartilhamento de informações consideradas fake news. Por outro lado, Lula (PT) e Eduardo Leite (PSDB) também utilizaram alguns elementos da comunicação instrumental com foco na manutenção dos seus atuais cargos políticos e também na melhoria da imagem diante dos eleitores, mas esse tipo de comunicação não foi predominante nos conteúdos analisados.

Apesar do exposto, consideram-se os limites desta análise, tanto quanto a metodologia de análise de conteúdo, em especial, pela ausência de testes estatísticos e considerando-se que se trata de uma análise que pode ser complementada por outras metodologias, tais como a análise de discurso. Ademais, quando abordamos a contemporaneidade, observam-se limitações do pensamento de Habermas (1988), pois à época da elaboração de sua teoria, a comunicação mediada estava em formação. No entanto, observa-se a validade da teoria da ação comunicativa, no sentido do sistema dinheiro percebido pelo uso de recursos tanto de pagamento de helicópteros, barcos e de pessoal de Pablo Marçal (PRTB), buscando reforçar a sua oposição aos governos vigentes e se colocar no centro do cenário da catástrofe.

REFERÊNCIAS

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

BETTINI, Marco. *A Teoria do Agir Comunicativo de Jürgen Habermas*: bases conceituais. Disponível em: https://www.researchgate.net/profile/Marco-Bettine/publication/349734524_A_Teoria_do_Agir_Comunicativo_de_Jurgen_Habermas_bases_conceituais/links/603f9b07299bf1e078541495/A-Teoria-do-Agir-Comunicativo-de-Juergen-Habermas-bases-conceituais.pdf. Acesso em: 5 ago/2024.

CONFEDERAÇÃO NACIONAL DE MUNICÍPIOS (CNM). *CNM atualiza prejuízos dos municípios com as chuvas no RS: impacto é de R$ 12,4 bilhões*. 2024. Disponível em: https://cnm.org.br/comunicacao/noticias/cnm-atualiza-prejuizos-dos-municipios-com-as-chuvas-no-rs-impacto-e-de-r-12-4-bilhoes. Acesso em: 3 set. 2024.

GUTIERREZ, Gustavo Luis. *Teoria da Ação Comunicativa* (Habermas): estrutura, fundamentos e implicações do modelo. Porto Alegre: Veritas, 2013.

HABERMAS, Jürgen. *Teoria de la Acción Comunicativa.* Trad. Manuel Jiménez Redondo. Madrid: Taurus, 1988. v. I

HABERMAS, J. *Teoria do Agir Comunicativo.* v. 2. Sobre a crítica da razãofuncionalista. São Paulo: Martins Fontes, 2012.

HERSCOVITZ, Heloísa. *Análise de Conteúdo em Jornalismo*. São Paulo: Vozes, 2010.
RIO GRANDE DO SUL. *Defesa Civil atualiza balanço das enchentes no RS*. 2024. Disponível em:https://www.defesacivil.rs.gov.br/defesa-civil-atualiza-balanco-das-enchentes-no-rs-08-7. Acesso em: 3 set. 2024.

ROUANET, Sérgio. *O falso irracionalista*. Companhia das letras: São Paulo, 1987.
WEBER, Max. *Conceitos sociológicos fundamentais*. Trad. Arthur Morão. Lisboa: Edições 70, 2009.

Os(as) autores(as) são responsáveis pela fidedignidade dos dados apresentados.

JORNALISMO E CONFLITOS MILITARES: COBERTURA DA GUERRA DA UCRÂNIA NO BRASIL

Vinícios Martins do Vale[1]

RESUMO

O presente artigo analisa as coberturas da Guerra da Ucrânia por parte dos veículos jornalísticos brasileiros Folha de São Paulo e Sputnik Brasil. Será empregada a metodologia da Análise Crítica do Discurso proposta por Fairclough (2001). Como embasamento teórico, serão apresentadas as ligações históricas entre jornalismo e conflitos militares, além da visão militar sobre as comunicações, consubstanciadas principalmente nas ideias de Liang e Xiangsui (1999), Hoffman (2007) e Korybko (2015).

Palavras-chave: Guerra da Ucrânia; Análise Crítica do Discurso; Jornalismo de Guerra.

JOURNALISM AND MILITARY CONFLICTS: COVERAGE OF THE UKRAINE WAR IN BRAZIL

ABSTRACT

This article analyzes the coverage of the Ukrainian War by Brazilian journalistic outlets Folha de São Paulo and Sputnik Brasil. To this end, the Critical Discourse Analysis methodology proposed by Fairclough (2001) will be used. As a theoretical basis, the historical links between journalism and military conflicts will be presented, in addition to the military view on communications, mainly based on the ideas of Liang and Xiangsui (1999), Hoffman (2007) and Korybko (2015).

Keywords: Ukrainian War; Critical Discourse Analysis; War Journalism.

INTRODUÇÃO

A linguagem é um instrumento de poder. Seja verbal, escrita ou imagética, ela tem a capacidade de moldar comportamentos e influenciar atitudes. Empregando-a para produzir conteúdos noticiosos, a imprensa alcança, por meio das diversas plataformas disponíveis na modernidade, notória relevância nas sociedades contemporâneas. Devido a essa relevância, os veículos de comunicação se tornaram alvo de interesse dos segmentos sociais que pretendem ditar os rumos de seus próprios estados nacionais e de outros, inclusive o segmento militar, e a Guerra da Ucrânia pôs em evidência a intensidade deste fenômeno.

Logo após a invasão de território ucraniano pela Federação Russa, ocorrida em 24 de fevereiro de 2022, diversas organizações estatais e privadas, em sua maioria de países ocidentais, decidiram impor restrições a veículos de imprensa russos. Segundo essas entidades, as mídias russas não seriam instrumentos de atividade jornalística, mas sim meios

[1] Mestrando pelo PPGCOM, UFG, vinicios@discente.ufg.br

que empregavam “desinformação e “manipulação de informações sistemática” como “ferramenta operacional para a invasão da Ucrânia” (Conselho da União Europeia, 2022, p.1, tradução nossa).

Apesar do bloqueio midiático nas principais potências ocidentais, grande parte dos países latino-americanos, africanos e asiáticos não tomaram a mesma atitude. Segundo a General Laura J. Richardson, comandante do Comando Sul[2] das forças armadas dos Estados Unidos da América (EUA), países da América Latina tornaram-se assim vulneráveis, já que “a Rússia espalha falsas narrativas sobre sua invasão da Ucrânia através dos ramos de suas mídias em língua espanhola” (Congresso dos EUA, 2023, p. 7, tradução nossa).

Consonante as preocupações de suas autoridades militares, o governo dos EUA decidiu no mês de setembro de 2024, mais de dois anos e meio após o início do conflito na Ucrânia, aplicar novas restrições aos meios de comunicação russos e, ainda, iniciar uma “campanha diplomática” para congregar seus aliados “no enfrentamento da ameaça apresentada pela RT[3] e outras máquinas de desinformação e influência secreta russas” (Departamento de Estado dos EUA, 2024, p.4).

Esses eventos apontam para a centralidade que os meios de comunicação passaram a ocupar, em tempos recentes, nos conflitos militares. Apesar da atividade jornalística estar intrinsecamente ligada, desde seus primórdios, à guerra, os avanços recentes nas Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC), tais como os satélites artificiais e a internet, intensificaram exponencialmente seu impacto nos conflitos. A possibilidade de difusão de imagens e narrativas para um público mundial, de maneira praticamente instantânea, afeta a opinião pública em relação aos combates, tornando a mídia objeto de análise na doutrina militar.

Assim, o presente artigo propôs-se a analisar a cobertura da Guerra da Ucrânia por parte do jornalismo brasileiro. Para tal, foram escolhidos os veículos jornalísticos Sputnik e Folha de São Paulo. O primeiro é de propriedade estatal russa, sendo que, além do português, o jornal publica suas matérias em diversas línguas e em diversos países. O segundo é um jornal brasileiro de longa tradição, e que ainda alcança, em meios físicos e virtuais, grandes audiências no território nacional. Como metodologia de análise, optou-se

[2] Comando Militar norte-americano responsável por operações militares na América Latina
[3] RT é um veículo de imprensa estatal russo com publicação em diversas línguas

pelo emprego da Análise Crítica do Discurso (ACD) conforme formulada por Fairclough (2001).

Visando delinear um panorama teórico sobre o tema da pesquisa, foi realizada a revisão de literatura sobre a ligação entre a atividade jornalística e conflitos armados no mundo e no Brasil, principalmente na obra de Mattos (2005). Ainda, foram abordadas obras de pesquisadores civis e militares que apontaram para a importância dos meios de comunicação dentro da doutrina militar, tais como a dos oficiais das forças armadas chinesas Liang e Xiangsui (1999), do fuzileiro norte-americano Hoffman (2007) e de Korybko (2015), cidadão norte-americano com extensa vida acadêmica na Federação Russa.

JORNALISMO E CONFLITOS MILITARES

Ao discorrer sobre a pré-história da atividade jornalística, Temer (2014) aponta para o fato de que "Tucídides, autor da *História Geral da Guerra do Peloponeso*, é considerado o primeiro repórter" (Temer, 2014, p. 76). Ao demonstrar que, desde remotos tempos, informações sobre conflitos militares são de grande interesse para a elite letrada, a autora também expõe a dificuldade de se realizarem "ponderações sobre a credibilidade dos relatos", já que Tucídides, em sua obra, preocupava-se com "a noção de verdade separando na narrativa os mitos dos fatos" (Temer, 2014, p.76).

Milênios após Tucídides tecer o seu relato, Lippmann e Herz (1920) encontraram as mesmas dificuldades ao analisar as reportagens do distinto veículo jornalístico norte-americano *The New York Times* abordando as batalhas políticas e militares durante a Revolução Russa em 1917. Pesquisando matérias compreendidas entre o início do colapso do exército russo na primeira guerra mundial e a consolidação do poder dos Bolcheviques, os pesquisadores evidenciam fortes ligações entre a linguagem empregada nas matérias, além do posicionamento das manchetes nos jornais, e os interesses geopolíticos do governo dos EUA. Muitas vezes, segundo eles, "profecia se misturava com notícia, sendo ambas falsas", mas atestam que "a constante repetição [dos conteúdos] surtiu seu efeito na opinião pública" (Lippmann e Herz, 1920, p. 20, tradução nossa).

Em seus estudos, Mattos (2005) nos apresenta momentos críticos na gênese do jornalismo de guerra. Ele inicia sua pesquisa apresentando a cobertura que Howard Russell realizou para o jornal inglês *The Times* na Guerra da Crimeia, em 1854, considerada pioneira na atividade jornalística de Correspondente de Guerra. Para o autor, a cobertura crítica que

Russel realizou, apontando os erros de planejamento dos oficiais inglêses e as precárias condições sanitárias da tropa, teve profundo impacto na condução da guerra. Visando controlar as notícias que afetavam a opinião pública, o alto comando inglês "estabeleceu o que hoje conhecemos como censura militar" (Mattos, 2005, p. 61).

Entre a Guerra da Crimeia e a primeira guerra mundial, Mattos (2005) demonstra como, com o desenvolvimento das TIC, em especial o telégrafo, a atividade jornalística passou a influenciar o planejamento e a execução de atividades militares. Na Guerra da Secessão, nos EUA, a censura e as sanções aos veículos jornalísticos que desafiavam as diretrizes militares foram práticas recorrentes. Na Guerra Franco-Prussiana, em 1870, Bismarck, chanceler alemão e artífice da unificação da Alemanha, fez habilidoso uso dos veículos jornalísticos para legitimar as ações alemãs contra os franceses e atrair aliados para sua causa. Na Guerra dos Bôeres, quando os ingleses buscaram aumentar seu controle de partes da África do Sul entre 1899 e 1902, as autoridades militares implementaram novamente um estrito controle no fluxo de informações acerca do conflito.

Ocorrida no final do século XIX, a Guerra de Canudos inaugurou a atividade jornalística da correspondência de guerra no Brasil. Segundo Corrêa (2012, p. 145), "quem inaugurou o trabalho foi Manuel Figueiredo, de *A Notícia*, além de um correspondente anônimo do *Jornal do Brasil*, [...] ambos publicando no dia 26 de julho de 1897", porém, 14 dias depois, seriam publicados no jornal *Estadão* os relatos de Euclides da Cunha, o mais famoso dos correspondentes no conflito. Apesar dos relatos de guerra no Brasil não serem novidade, como testemunha a obra de Taunay sobre a Guerra do Paraguai, A Retirada de Laguna, o farto uso do telégrafo permitiu que as notícias sobre os combates alcançassem o público letrado brasileiro em um pequeno lapso de tempo (Corrêa, 2012).

Já no século XX, as duas guerras mundiais testemunharam uma crescente institucionalização da censura e da manipulação das notícias por parte de todos os governos envolvidos nos conflitos. Segundo Mattos (2005), o desenvolvimento de mais uma revolucionária TIC, o rádio, elevou a capacidade do jornalismo de influenciar os conflitos. O partido nazista da Alemanha fez intenso uso da nova tecnologia visando mobilizar a sociedade para a Segunda Guerra Mundial, empregando técnicas de propaganda desenvolvidas por Goebbels, o notório e sinistro Ministro da Propaganda alemão.

Na década de 1970, a cobertura televisiva da Guerra do Vietnã demonstrou o impacto que a disseminação dessa nova tecnologia teria no jornalismo de guerra. Mattos

(2005) afirma que esse foi o conflito da imagem e, ao contrário de impor a censura aos veículos de comunicação, o alto-comando militar dos EUA realizou uma "verdadeira campanha de relações-públicas" (Mattos, 2005, p. 73) visando angariar o apoio popular a suas ações. Essa estratégia não obteve o sucesso desejado, sendo que a cobertura jornalística negativa sobre o conflito foi, segundo alguns pesquisadores, uma das relevantes causas da derrota norte-americana. Com base nesse diagnóstico, os EUA reformularam sua estratégia para o controle da mídia durante conflitos posteriores, aplicando-a nas intervenções norte-americanas na América Central, assim como os ingleses empregaram tal estratégia na América do Sul durante a década de 1980.

Com base nas experiências das intervenções militares dos EUA em Granada e no Panamá e da Guerra das Malvinas, travada entre ingleses e argentinos, essas potências desenvolveram uma estratégia de censura e manipulação das informações que seria aplicada durante a Primeira Guerra do Golfo, quando uma coalização integrada pelas maiores potências ocidentais invadiu o Iraque em 1991. Segundo Mattos (2005), a imprensa foi estritamente controlada e cooptada, já que "era como se os jornalistas americanos tivessem se transformado em agentes a serviço dos militares" (Mattos, 2005, p. 81). Charadeau (2013) também apontou para as características hegemônicas na cobertura jornalística desse conflito, atestando que "as mídias contribuíram para fabricar a figura satânica do agressor na pessoa de Saddam Hussein" e ainda para construir "a figura limpa e eficaz do salvador ('guerra cirúrgica'), representada pelo exército americano-europeu" (Charadeau, 2013, p. 254).

Após os atentados de 11 de setembro de 2001, os EUA iniciaram o século XXI promovendo a Guerra ao Terrorismo, justificativa para a invasão do Afeganistão e novamente do Iraque. Dentro desse contexto, as experiências de censura e controle da informação foram aperfeiçoadas e sua implementação recrudesceu. Mattos (2005) descreve como os EUA aprovaram em seu congresso, por unanimidade, o *Patriot Act*, legislação que restringiu as liberdades dos cidadãos e de acesso à informação naquele país. Durante a invasão do Afeganistão em 2001, esse controle ficou claro, já que as imagens do conflito produzidas pela rede do Qatar *Al Jazeera*, única autorizada a operar pelo Talibã dentro do país, eram censuradas nos EUA, mas não em muitos países em desenvolvimento. Durante nova invasão do Iraque, em 2003, "o trabalho de censura exercido pelo Pentágono não seria mais tão necessário por causa da colaboração e subserviência da mídia de um modo geral" (Mattos,

2005, p. 93). A autocensura da mídia norte-americana era explícita e incentivada pelo governo, o qual conclamava a mídia a exercer um "jornalismo responsável".

O JORNALISMO NA DOUTRINA MILITAR

Visando demonstrar como a atividade jornalística é tratada pela doutrina militar, são expostas as ideias sobre o tema tratadas em três obras que encontraram repercussão nos meios militares e acadêmicos. A primeira é Guerra Irrestrita, de Liang e Xiangsui (1999), dois oficiais das forças armadas chinesas. Após, são apresentados os pontos abordados por Hoffman (2007), oficial das forças armadas norte-americanas que popularizou o conceito de Guerra Híbrida e, por último, os aspectos levantados por Korybko (2015), cidadão norte-americano que desenvolveu sua carreira acadêmica na Federação Russa.

GUERRA IRRESTRITA: JORNALISMO COMO INSTRUMENTO MILITAR

Os militares chineses Liang e Xiangsui (1999) analisaram em sua obra os pormenores da Primeira Guerra do Golfo, ocorrida em 1991 e abordada no tópico anterior. Para os autores, esse conflito marcou uma profunda mudança na doutrina militar, e o envolvimento dos meios de comunicação nele tiveram um papel fundamental. A cobertura do conflito realizada pela rede CNN teria influenciado a opinião pública mundial e o desenrolar da invasão, e assim a mídia "tornou-se parte integral e imediata da estratégia de combate, e não mais apenas fornece informações vindas do campo de batalha" (Liang e Xiangsui, 1999, p. 74, tradução nossa).

Segundo os autores, "com a assistência concertada dos repórteres, os comandantes do campo de batalha influenciaram com sucesso os olhos e ouvidos do mundo inteiro" (Liang e Xiangsui, 1999, p. 74, tradução nossa), já que a imprensa teria trabalhado em conjunto com as forças militares para obter a vitória sobre o Iraque. Um aspecto crucial da cobertura jornalística, segundo os autores, é que ela denotaria um aspecto objetivo e imparcial, superando a influência exercida pela clássica propaganda de guerra, considerada enviesada e parcial. Dessa maneira, as guerras modernas, em razão da importância alcançada pela mídia no contexto das sociedades contemporâneas, não mais poderiam se furtar ao controle estrito da informação, pois a "mídia será cada vez mais outro ator na guerra e desempenhará um papel comparável ao dos ataques militares na promoção do curso da guerra" (Liang e Xiangsui, 1999, p. 76, tradução nossa).

Ao tecer suas conclusões sobre a tendência do protagonismo crescente das mídias em um contexto de conflito militar, Liang e Xiangsui (1999) preveem a influência cada vez mais contundente das coberturas midiáticas na tomada de decisão por parte dos atores políticos e militares.

> O impacto dos meios de comunicação na guerra torna-se cada vez mais generalizado e cada vez mais direto, ao ponto de mesmo as decisões mais importantes do presidente de uma superpotência envolvendo a cessação das hostilidades estarem, em grande medida, enraizadas na reação a um único programa de televisão (Liang e Xiangsui, 1999, p. 76, tradução nossa).

GUERRA HÍBRIDA: MILITARIZAÇÃO DA ESFERA CIVIL

Ao analisar diversos conflitos ocorridos em fins da década de 1990 e início do século XXI, Hoffmann (2007) constatou a ascensão do uso de métodos inovadores nos conflitos militares. Apesar de não ser pioneiro no uso do termo, o autor popularizou o conceito de Guerra Híbrida ao definir assim essa tendência nos combates modernos. Para ele, no contexto de obtenção da supremacia militar por parte das potências ocidentais, atores estatais e não estatais utilizariam diversos métodos, civis e militares, para superar a assimetria de forças existente. O uso dos meios de comunicação, no que ele denomina de "batalha de percepções", toma cada vez mais proeminência nas operações militares. Segundo suas ideias, os EUA deveriam atentar para essas novas estratégias militares, evitando "subestimar o impacto mobilizador das ferramentas da Era da Informação quando usadas para fomentar desordem e promover o ódio" (Hoffman, 2007, p. 13, tradução nossa).

O militar norte-americano extrai suas conclusões a partir da análise dos conflitos nos EUA no Afeganistão e Iraque, além das guerrilhas separatistas chechenas contra o governo central russo em fins da década de 1990. Porém, para ele, o conflito paradigmático desse novo modo de combate ocorreu em 2006 entre as forças de Israel e os militantes do Hezbollah no Líbano. Apesar da manifesta inferioridade em capacidade militar convencional, o Hezbollah foi hábil em "explorar os efeitos políticos de seus limitados sucessos táticos, amplificados pela mídia" (Hoffman, 2007, p. 38, tradução nossa).

Partindo de suas análises, Hoffmann (2007) estabelece o prognóstico de que instrumentos da sociedade civil passarão a ser cada vez mais relevantes no combate moderno, em especial os meios de comunicação. Esses meios seriam cada vez mais relevantes para atores que contestam a hegemonia ocidental, sendo instrumentalizados para

recrutar, treinar, mobilizar e educar seus componentes. Assim, os ensinamentos obtidos na análise desses conflitos levam a crer que "nós temos que reconhecer que as percepções importam mais que os resultados obtidos na dimensão física do campo de batalha" (Hoffman, 2007, p. 53, tradução nossa).

> Outra implicação é a necessidade de incorporar o que pode ser a mudança mais significativa no caráter do conflito moderno, a exploração dos meios de comunicação modernos para alcançar as grandes massas e mobilizá-las para apoiar a causa de alguém (Hoffman, 2007, p. 51, tradução nossa)

OS MEIOS DE COMUNICAÇÃO, A PRIMAVERA ÁRABE E AS REVOLUÇÕES COLORIDAS

Assim como Hoffmann (2007), Korybko (2015) analisa conflitos recentes para estabelecer padrões e verificar tendências. Em sua obra, o acadêmico analisa principalmente a Primavera Árabe, série de turbulências em países do Oriente Médio e do norte da África, e as Revoluções Coloridas, série de movimentos desestabilizadores ocorridos em antigas repúblicas soviéticas. Para ele, essa série de movimentos traz em comum a influência de potências ocidentais que instrumentalizaram meios civis, políticos, diplomáticos e financeiros para derrubar regimes considerados hostis. As mídias sociais e os meios de comunicação têm especial relevância no emprego dessas táticas de desestabilização.

Segundo Korybko (2015), as táticas de Guerra Híbrida envolvem dois componentes principais: as revoluções coloridas, que seriam estratégias de desestabilização por meio do uso de meios políticos e informacionais, e a guerra não convencional, a qual utilizaria meios violentos de guerra irregular e distúrbios sociais. As redes sociais e os meios tradicionais de comunicação seriam essenciais no desenvolvimento dessas duas estratégias, já que por meio deles os movimentos de contestação adquiririam legitimidade e visibilidade internacional.

> Os meios de comunicação internacionais e nacionais têm diferentes graus de importância, dependendo do estado visado, mas ambos têm um efeito na população. A mídia (internacional) antigovernamental pode deixar as autoridades desconfortáveis e hesitantes em se defenderem da tentativa de golpe durante uma Revolução Colorida, mas ela não é o fator decisivo para a derrubada ou não do governo (Korybko, 2015, p. 21, tradução nossa).

METODOLOGIA

Conforme Gil (2002), a presente pesquisa caracteriza-se como exploratória, já que busca maior familiaridade com o objeto de pesquisa para a formulação de hipóteses. Suas características são eminentemente qualitativas, apesar de apresentar dados quantitativos.

A ACD foi a metodologia empregada para o trabalho analítico realizado. Partindo da proposta teórica central desenvolvida por Fairclough (2001), baseada na tridimensionalidade do discurso, um *corpus* de matérias jornalísticas cobrindo a Guerra da Ucrânia serviu como objeto de análise. A Folha de São Paulo e o Sputnik foram os veículos jornalísticos brasileiros selecionados como fonte das matérias que irão compor o *corpus*. A Folha de São Paulo é um tradicional veículo jornalístico brasileiro que circula em formato virtual e físico, possuidor de uma das maiores audiências no jornalismo brasileiro (Bonsanto, Daemon e Ribeiro, 2023), enquanto o Sputnik é um veículo jornalístico estatal russo produzido em língua portuguesa voltado para o público brasileiro.

As matérias que compuseram o *corpus* da pesquisa foram aquelas obtidas na seção de destaque das páginas virtuais dos dois jornais analisados, de modo a coletar as matérias que os veículos selecionaram para destacar determinadas informações sobre o tema abordado, o que se coaduna com a hierarquização visual das informações nos dispositivos comunicacionais, conforme teorizado por Borges, Machado e Moraes (2021).

Em relação ao período de análise, foram coletadas 03 matérias veiculadas em destaque nos jornais nos dias 24, 25 e 26 de fevereiro, logo após a invasão de solo ucraniano por forças russas em 24 de fevereiro de 2022, além de editoriais.

Visando obter as matérias do modo e no período selecionado, utilizou-se o banco de dados da ferramenta de arquivamento de páginas virtuais denominada *WayBackMachine*. Segundo Santos (2015), a ferramenta mencionada é de especial valia para os estudos relacionados ao ciberjornalismo, já que, desde 1996, alimenta com atualizações rotineiras uma biblioteca virtual que fornece cópias da disposição de inúmeras páginas virtuais. Levando em consideração a constante atualização das páginas virtuais jornalísticas e a possibilidade de alteração intencional nos arquivos mantidos pelos próprios veículos, considerou-se o emprego da ferramenta como ideal para o atingimento dos objetivos da pesquisa. Em uma conferência preliminar, contatou-se que os dois veículos jornalísticos possuíam ao menos uma atualização de suas páginas arquivadas nos dias compreendidos no período determinado pela pesquisa.

Para abordar a dimensão das práticas discursivas, as matérias do corpus foram analisadas conforme protocolo proposto por Maia e Silva (2011). As autoras propõem um método de expor decisões editoriais de veículos jornalísticos com base nas características de seus produtos visíveis, as matérias. Segundo elas, o protocolo proposto é uma ferramenta

complementar para a Análise do Discurso, auxiliando “a pensar, a identificar e a tipificar as especificidades da atividade jornalística, mapeando tendências e possíveis lacunas na obtenção, averiguação e apresentação das informações“ (Maia e Silva, 2011, p. 26). Conforme o protocolo, dados sobre as assinaturas das matérias e suas fontes foram identificadas e serviram para realizar uma análise quantitativa que explicitou as características técnicas da produção das matérias e suas supostas relações com as outras dimensões do discurso.

Como forma de análise textual das matérias, foram empregadas categorias de análise proposta na própria obra de Fairclough (2001). Especificamente em três capítulos de seu trabalho, quais sejam, Análise Textual: a construção das relações sociais e do “eu”, Análise Textual: a construção da realidade social e A prática da Análise de Discurso, o pesquisador apresenta diversas categorias analíticas passíveis de serem verificadas textualmente para determinar as supostas intencionalidades dos produtores do texto.

Em um último momento, conforme proposta de Fairclough (2001), foram analisados dados relacionados às práticas sociais dos veículos jornalísticos objeto da pesquisa. Para isso, realizou-se pesquisa documental visando identificar informações históricas, financeiras, econômicas e sociais dos veículos, tais como suas composições acionárias ou suas formas de propriedade e seus modelos de financiamento.

Como resultado da pesquisa, apresentaram-se as relações entre as três dimensões do discurso analisadas com base nas matérias jornalísticas do *corpus*, conforme preconizado por Fairclough (2001, p.246) quando este declara que a “análise textual é formada e ganha cor pela interpretação de seu relacionamento com processos discursivos e com processos sociais mais amplos”.

RESULTADOS

A coleta das matérias, segundo os critérios estabelecidos no tópico pertinente à metodologia, obteve o resultado apresentado no Quadro 1.

Quadro 1- Matérias coletadas para análise

Data da matéria	Título da matéria	Veículo	Código
24/02/2022	O que a Folha pensa: a agressão russa.	Folha de São Paulo	F01

24/02/2022	Putin inicia guerra contra a Ucrânia; Kiev e Otan falam em invasão total.	Folha de São Paulo	F02

Data da matéria	Título da matéria	Veículo	Código
25/02/2022	Rússia cerca Kiev e pede rendição do governo da Ucrânia.	Folha de São Paulo	F03
26/02/2022	Putin ataca Kiev e enfrenta resistência da Ucrânia; Ocidenta aumenta pressão sobre Rússia.	Folha de São Paulo	F04
24/02/2022	Situação na Ucrânia e em Donbass após Putin anunciar operação especial militar.	Sputnik Brasil	S01
25/02/2022	Segundo dia de conflito começa com ofensiva ucraniana em Donetsk.	Sputnik Brasil	S02
26/02/2022	Terceiro dia de operação especial russa na Ucrânia.	Sputnik Brasil	S03

Fonte: o autor

Com base nesse *corpus*, passa-se à exposição das análises realizadas nas três dimensões propostas por Fairclough (2001): a dimensão das práticas discursivas, textual e das práticas sociais.

PRÁTICAS DISCURSIVAS

Inicialmente, verificou-se o emprego das fontes e da autoria das matérias da Folha de São Paulo. A matéria F01, editorial, não consta na Tabela 1 por expressar as opiniões do veículo e não contar com fontes explícitas em sua confecção.

Tabela 1- Fontes descritas nas matérias da Folha

Matéria	Autoria	Categorias das fontes	Quantidade
F02	Igor Gielow	Governo russo	12
		Governo ucraniano	6
		Particulares russos	1
		Particulares ucranianos	0
		OTAN	3

F03	Igor Gielow	Governo russo	6
		Governo ucraniano	8
		Particulares russos	3
		Particulares ucranianos	1
		OTAN	0
F04	Igor Gielow	Governo russo	5
		Governo ucraniano	8
		Particulares russos	1
		Particulares ucranianos	0
		OTAN	0

Fonte: o autor

Percebe-se que na primeira matéria, F02, as fontes do governo russo são predominantes (54%), e nas matérias F03 e F04 há sua diminuição (33% e 35%). As fontes do governo ucraniano mantêm-se estáveis nas 3 matérias, com um número ligeiramente menor em F02. Na matéria F02 há referências a declarações da Organização do Tratado do Atlântico Norte (OTAN), particularmente seu secretário-geral à época, Jens Stoltenberg, porém não há menções a declarações da aliança nas outras matérias.

Em relação aos particulares russos, as matérias citam “analistas militares” e “observadores políticos” russos, especificando somente Ruslan Pukhov, o qual a matéria F02 considera como um dos principais analistas militares russos. Quanto aos particulares ucranianos, somente o engenheiro Piotr Timotchenko, morador de Kiev, é citado na matéria F03, descrevendo suas impressões do ataque russo à capital ucraniana.

Quanto à autoria, as três matérias da Folha são assinadas pelo mesmo jornalista, Igor Gielow. Conforme a localização citada nas matérias, Gielow encontrava-se como correspondente em Moscou, capital da Rússia, no momento da confecção das matérias.

Apresentam-se a seguir, na Tabela 2, os dados sobre as fontes e autoria das matérias produzidas pela Sputnik Brasil.

Tabela 2- Fontes descritas nas matérias do Sputnik Brasil

Matéria	Autoria	Categorias das fontes	Quantidade
S01	Não assinada	Autoridades Donbass	10
		Governo russo	11
		Governo ucraniano	5
		Governos aliados à Rússia	3

		Governos hostis à Rússia	8
		Correspondente próprio	2
S02	Não assinada	Autoridades Donbass	9
		Governo russo	12

Matéria	Autoria	Categorias das fontes	Quantidade
		Governo ucraniano	3
		Governos aliados à Rússia	2
		Governos hostis à Rússia	6
		Correspondente próprio	0
S03	Não assinada	Autoridades Donbass	4
		Governo russo	2
		Governo ucraniano	0
		Governos aliados à Rússia	0
		Governos hostis à Rússia	0
		Correspondente próprio	0

Fonte: o autor

Constata-se, com a recorrência das categorias, que grande parte das fontes refere-se a fontes governamentais russas (32,46%) e autoridades das províncias rebeldes do Donbass (29,87%), aliadas de Moscou. Em seguida, vêm as fontes de autoridades de países hostis à invasão russa (18,18%), compostas principalmente por países integrantes da OTAN. O número de fontes de autoridades ucranianas (10,38%) é minoritário, sendo que o veículo, em apenas 2 ocasiões, utilizou informações de seus correspondentes no Donbass. Destaca-se ainda que, apesar de se dizer um veículo brasileiro, somente 1 fonte, o vice-presidente brasileiro Mourão, é nacional.

Quanto à autoria das matérias, nenhuma delas é assinada.

ANÁLISE TEXTUAL

O editorial da Folha, consubstanciado na matéria F01, demonstra o posicionamento crítico do jornal em relação à invasão russa. Já no título, emprega-se a palavra “agressão” para descrever a invasão, denotando o caráter negativo da ação. No texto, emprega-se o adjetivo “autocrata de Moscou” em referência a Putin, o presidente russo, atestando que sua

ação deveria ser condenada pela comunidade internacional. Os russos são descritos como "invasores" que pretendem "sufocar" a capital ucraniana, utilizando "pretextos" que seriam farsas para ocultar as "intenções tirânicas" do líder russo. O editorial ainda descreve a ação russa como uma "aventura armamentista" similar à empregada contra a Geórgia em 2008, quando este país procurou se aproximar da OTAN. As sanções econômicas e financeiras são consideradas incapazes de parar a Rússia, já que ela contaria com a conivência da "ditadura chinesa" para contornar esses obstáculos.

Os termos utilizados nas outras matérias não seguem a mesma linha do editorial. Como exemplo, Igor Gielow, o produtor das três matérias analisadas, ao invés de autocrata, descreve Putin, na matéria F04, como "o longevo líder do Kremlin", apesar de empregar o termo "ditadura da Belarus" na matéria F02 para se referir ao país aliado da Rússia. Na matéria F02 o jornalista cita o termo "desnazificação" como justificativa de Putin para a invasão da Ucrânia, e dá respaldo parcial a essa afirmativa ao afirmar que "de fato há elementos nas Forças Armadas da Ucrânia com associações neonazistas", porém botando em evidência o fato de que o presidente ucraniano Zelenski "é judeu", o que vai de encontro a essa suposta tendência neonazista. Novamente, na matéria F03, Gielow fala sobre as marcas do conflito com os nazistas na segunda guerra mundial e como ela é "explorada pelo russo [Putin] na sua propaganda", empregando o termo negativo "propaganda" para qualificar as afirmativas do presidente russo, novamente pontuando o fato de Zelenski ser judeu.

Na matéria F03, ao analisar a afirmativa de Putin de que os ucranianos representam uma ameaça militar para as províncias rebeldes do Donbass, Gielow afirma que essa ameaça é "considerada inexistente por analistas", sem especificar quais analistas desqualificam a visão do russo. Ainda na mesma matéria, Gielow informa que uma das fontes anônimas do jornal, que havia afirmado que Putin deu um ultimato a Zelenski pela rendição, afirmou que "Putin nunca arriscaria matar civis ucranianos" dadas as ligações entre os dois povos, o que o jornalista afirma se tratar de "coisas ilógicas". Ao afirmar sobre as ações de Putin na matéria, o autor alega que há "consenso" nos meios diplomáticos em Moscou, sem especificar nomes, que Putin deseja uma mudança de regime na Ucrânia, empregando o termo "'blitzkrieg' nazista" para qualificar a ação militar russa. Falando sobre as sanções econômicas ao setor aéreo russo, Gielow alega que "a fama de lugar perigoso para voar pode piorar para a Rússia", sem apresentar dados dessa alegação.

Discorrendo sobre as ações de Zelenski na matéria F04, Gielow afirma que o presidente ucraniano, no terceiro dia de guerra, “não saiu da frente das câmeras”, com isso “se impondo na narrativa do dia”. Gielow fala sobre “narrativa” sem especificar se ela é a produzida pelo ocidente ou outras partes do mundo. Apesar disso, o jornalista cita uma fala de Zelenski em que ele alega que os soldados russos não sabiam que estavam sendo enviados para a invasão da Ucrânia, afirmando que o presidente fez isso “sem apresentar evidências de suas alegações”.

Ainda na matéria F04, Gielow qualifica as alegações de genocídio ucraniano no Donbass como “retórica” e afirma que “não há nada disso, mas um embate cultural aberto, no qual Kiev buscou impor a língua ucraniana”. Sobre as ofertas de paz de Putin, Gielow afirma que há uma “guerra de versões” entre os presidentes, e que “dificilmente as duas versões são verdadeiras”, afirmando ainda que Zelenski manteve uma “retórica” desafiadora durante a noite do terceiro dia de combate. Por último, ao descrever Zelenki, Gielow informa sobre seu passado de comediante e que ele “chegou ao poder em 2019 de forma surpreendente”, sem informar o porquê desse adjetivo. Atesta ainda que o presidente “usa de suas qualidades de ator em pronunciamentos” e que “sem experiência política, não conseguiu conduzir uma negociação coesa com grupos internos rivais para lidar com Putin”, sendo que assim ele “passa da comédia para a tragédia, arriscando virar um mártir” quando “trocou a metavida de personagem de TV pelo acuado personagem de vídeos tremidos de internet”. Gielow conclui seu texto que, por todos esses fenômenos, “a guerra chegou ao século XXI”.

Em relação às matérias da Sputnik, elas iniciam com pequenos textos descrevendo as razões para a “operação militar especial” russa, como a pretensão de adesão da Ucrânia à OTAN, a “desnazificação” e a “desmilitarização” dela. Após, seguem diversos quadros descrevendo sucintamente as ações russas, ucranianas e a reação de países aliados e hostis à operação militar. Há declarações sobre o “comportamento histérico” e a recusa ao “diálogo” de países ocidentais. O termo “ocidental” é utilizado diversas vezes para qualificar os governos que apresentam ações hostis.

Há grande quantidade de quadros descrevendo ataques ucranianos contra civis na região do Donbass, além da suposta deserção deles para o lado rebelde. Na matéria S01, há uma interessante observação do governo russo em relação à maneira como sua operação militar é adjetivada, já que o porta-voz da presidência russa afirma que o termo “ocupação”

não é correto para descrevê-la. Na matéria S02, comunicado da defesa russa alega que o "governo nacionalista" da Ucrânia emprega métodos "terroristas" ao utilizar civis como escudos humanos para evitar sua destruição, também afirmando que as autoridades russas estão dispostas a "dialogar" com a Ucrânia para resolver o conflito.

PRÁTICAS SOCIAIS DOS VEÍCULOS JORNALÍSTICOS

Ao analisar o desenvolvimento econômico e ideológico da Folha de São Paulo durante o período dos governos militares no Brasil (1964-1985), Bonsanto, Daemon e Ribeiro (2023) revelam algumas das causas para a rápida expansão e o pioneirismo alcançado em diversas áreas pelo jornal. Partindo de uma situação financeira e administrativa caótica e precária no início da década de 1960, seus favores ao novo regime permitiram que a empresa se consolidasse como um grande conglomerado empresarial midiático no final dessa mesma década. Fato emblemático dos favores financeiros obtidos pela empresa em razão de suas posições ideológicas, a Folha obteve em 1967, por meio de financiamento da USAID, agência de fomento econômico norte-americana, os equipamentos para impressão offset em cores. A agência USAID, criada em 1961 para apoiar a política externa dos EUA, esteve ligada a diversas intervenções deste país no Brasil e na América Latina em geral.

Durante a década de 1990 e na entrada dos anos 2000, o Grupo Folha passa a diversificar sua área de atuação. Sob a presidência de Luiz Frias a partir de 1992, o grupo adquire a empresa Universo Online-UOL. Durante um longo período, o portal virtual UOL ficou entre os *websites* mais acessados do Brasil, atrás apenas de grandes empresas estrangeiras. No ano de 2006, o grupo adentra o ramo das finanças digitais, lançando o sistema financeiro PagSeguro. Em 2018, a empresa PagSeguro abriu seu capital na bolsa de Nova York, um dos centros do capitalismo financeiro mundial, arrecadando cerca de dois bilhões e meio de dólares (Biografia, 2018).

O veículo Sputnik foi lançado no contexto da busca do governo russo por maior penetração no mercado jornalístico mundial. Segundo Rocchi (2017), a Federação Russa, no início dos anos 2000, instituiu a agência de notícias RIA- Novosti e o canal de notícias RT. Em 2014, segundo Oliveira e Ramires (2022), a agência RIA- Novosti foi dissolvida e instituiu-se a Sputnik como ferramenta para oferecer interpretações alternativas aos acontecimentos no cenário internacional, transmitindo em dezenas de idiomas. Em seu portal, a Sputnik informa sobre seu financiamento por parte do governo da Federação Russa.

Segundo Lopes (2019), a Sputnik no Brasil tem sede no Rio de Janeiro e conta com 15 jornalistas. Durante o governo do presidente Bolsonaro, o jornal adotava tom crítico a ele e seu alinhamento com as políticas dos EUA. A produção do veículo brasileiro é distribuída para Portugal e para diversos países africanos de língua portuguesa. Ainda segundo o mesmo autor, há controvérsias entre pesquisadores brasileiros sobre o caráter jornalístico do veículo. Seus detratores alegam que o jornal é apenas um instrumento governamental russo, dependente diretamente das diretrizes de Putin para sua linha editorial. Outros afirmam que o veículo é uma ferramenta antihegemônica em um ambiente dominado por agências de notícias ocidentais, apresentado a visão russa de fatos internacionais. Eles comparam, ainda, o caráter estatal do veículo com jornais estatais ocidentais, como a BBC e a DW, apontando para o fato desses veículos, apesar de estatais, não sofrerem o mesmo estigma que a Sputnik.

CONCLUSÃO

Em relação à cobertura realizada pela Folha, percebe-se que seu editorial, matéria F01, alinha-se com suas práticas sociais históricas e atuais, ou seja, um veículo que em seus primórdios contou com alinhamento ideológico a países ocidentais, notadamente os EUA, contando inclusive com financiamento deste para o desenvolvimento de sua infraestrutura produtiva, e conta com fortes ligações com o mercado financeiro ocidental, já que faz parte de um conglomerado empresarial que conta com a PagSeguro, firma de serviços financeiros com capital aberto na bolsa de Nova York.

No entanto, as outras matérias do corpus, F02, F03 e F04, não demonstram o mesmo alinhamento. Igor Gielow faz uso equilibrado de suas fontes, com diversas citações diretas, dando voz a autoridades dos dois lados do conflito, refutando e corroborando, diversas vezes, tanto as afirmações de Putin quanto as de Zelenski, empregando os termos emanados por estes. Supõe-se que, conforme preconizado por Charadeau (2013), o veículo de comunicação, apesar de sua necessidade de captação de um público afinado ideologicamente com as ideias do jornal, necessita equilibrar suas produções pela visada de informação, imprimindo credibilidade ao conteúdo produzido por meio da utilização de fontes diversificadas e muitas vezes antagônicas. Um estudo com maior abrangência faz-se necessário para verificar se a cobertura geral do conflito segue a mesma tendência da pequena amostra do *corpus* analisado.

O veículo Sputnik, por sua vez, apresenta uma cobertura afinada com suas práticas sociais. Como veículo estatal da Federação Russa, deu enfoque nas fontes e nos termos empregados por autoridades governamentais russas e pelas autoridades das províncias que, dentro de meses, seriam anexadas ao território russo. Apresentou, em menor número, informações relativas a autoridades de governos hostis, supostamente pela mesma necessidade do contrato de comunicação apresentada por Charadeau (2013) em relação à Folha. Apesar de apresentar-se como a filial nacional de um veículo estrangeiro, as informações sobre o impacto do conflito no cenário nacional foram praticamente inexistente, primando pelas informações sobre as reações no cenário internacional em relação ao conflito.

REFERÊNCIAS

BIOGRAFIA de Luiz Frias. **Suno**, 2018. Disponível em: https://www.suno.com.br/tudo-sobre/luiz-frias/#:~:text=Estima%2Dse%20que%20sua%20parcela,h%C3%A1%20mais%20de%20quatro%20d%C3%A9cadas. Acesso em: 25 de março de 2024.

BONSANTO, A.; DAEMON, F.; RIBEIRO, A. P. G. A responsabilidade do Grupo Folha por violações de direitos durante a ditadura: considerações sobre um itinerário de pesquisa. **Projeto História** : revista do Programa de Estudos Pós-Graduados de História, [S. l.], v. 77, p. 135–156, 2023. DOI: 10.23925/2176-2767.2023v77p135- 156. Disponível em: https://revistas.pucsp.br/index.php/revph/article/view/61562. Acesso em: 24 mar. 2024.

BORGES, R. P.; MACHADO, L. M. M.; MORAES, A. T. **Comunicação e discursividade**: teoria e dispositivos analíticos da AD. Goiânia: Kelps, 2021.

CHARADEAU, Patrick. **Discurso das mídias**. São Paulo: Contexto, 2013.

CONGRESSO DOS EUA (Estados Unidos da América). **Statement of general Laura J. Richardson commander, United States Southern Command before the 118th Congress House Armed Services committee.** Washington, 8 de março de 2023. Disponível em: https://www.southcom.mil/Portals/7/Documents/Posture%20Statements/2023%20SOUTHCOM%20Posture%20Statement%20FINAL.pdf?ver=rxp7ePMgfX1aZVKA6dl3ww%3D%3D. Acesso em: 23 de dezembro de 2023.

CONSELHO DA UNIÃO EUROPEIA (União Europeia). **EU imposes sanctions on state-owned outlets RT/Russia Today and Sputnik's broadcasting in the EU**. Bruxelas, 2 de março de 2022. Disponível em: https://www.consilium.europa.eu/en/press/press-releases/2022/03/02/eu-imposes-sanctions-on-state-owned-outlets-rtrussia-today-and-sputnik-s-broadcasting-in-the-eu/. Acesso em: 03 de outubro de 2024.

CORRÊA, Vitor de Abreu. A narrativa da Guerra de Canudos: o diário de Euclides da Cunha. In: CUNHA, M. J.; MOTA, C. L.; MOTTA, L. G (Org.). **Narrativas Midiáticas**. Florianópolis: Insular, 2012, p. 139-157.

DEPARTAMENTO DE ESTADO DOS EUA (Estados Unidos da América). Pronunciamento do secretário Antony J. Blinken à imprensa. Washington, 13 de setembro de 2024. Disponível em: https://www.state.gov/pronunciamento-do-secretario-antony-j-blinken-a-imprensa/. Acesso em: 03 de outubro de 2024.

FAIRCLOUGH, Norman. **Discurso e mudança social**. Brasília: Editora UNB, 2001.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2002.

HOFFMAN, F. **Conflict in the 21st century**: the rise of hybrid wars. Arlington: Potomac Institute for Policy Institute, 2007. Disponível em: https://www.potomacinstitute.org/images/stories/publications/potomac_hybridwar_0108.pdf . Acesso em: 20 de junho de 2023 .

KORYBKO, Andrew. Hybrid wars: the indirect adaptive approach to regime change. Moscou, Rússia: Peoples' Friendship University of Russia, 2015.

LIANG, Qiao; XIANGSUI, Wang. **Unsrestricted warfare**. Beijing: PLA Literature and Arts Publishing House. fevereiro de 1999. Disponível em: https://www.c4i.org/unrestricted.pdf . Acesso em: 20 de junho de 2023.

LIPPMANN, Walter; MERZ, Charles. A test of the news: an examination os the news reports in The New York Times os aspects os the russian revolution os special importance to americans march 1917-march 1920. **The New Republic**, EUA, vol. XXIII, part II, n. 296, 04 de agosto de 1920. Disponível em: https://archive.org/details/LippmannMerzATestoftheNews . Acesso em: 20 de junho de 2023.

LOPES, Rodrigo. Como atua a Sputnik, agência russa de notícias que se espalha pela América. **GZH**, Porto Alegre, 2019. Disponível em: https://gauchazh.clicrbs.com.br/mundo/noticia/2019/12/como-atua-a-sputnik-agencia-russa-de-noticias-que-se-espalha-pela-america-ck3rf3xpx02h901rzzzwp1c53.html. Acesso em: 10 de outubro de 2024.

MAIA, Flávia Dourado; SILVA, Gislene. Análise de cobertura jornalística: um protocolo metodológico. **Rumores**, São Paulo, ano 5, edição 10, julho-dezembro 2011.

OLIVEIRA, L. G. A., RAMIRES, Lídia. A Sputnik Brasil como ferramenta de propaganda russa sobre a guerra da Ucrânia. **Revista Iniciacom**, São Paulo, V.11, nº 2, 2022. Disponível em: https://revistas.intercom.org.br/index.php/iniciacom/article/view/4347. Acesso em: 10 de outubro de 2024.

ROCCHI, Denise de. Sputnik news e o discurso contrahegemônico russo. In: XVIII Congresso de ciências da comunicação na região sul, 2017, Caxias do Sul. **Anais eletrônicos** [...]. Caxias do Sul: Intercom, 2017. Disponível em: https://portalintercom.org.br/anais/sul2017/resumos/R55-1306-1.pdf. Acesso em: 09 de outubro de 2024.

SANTOS, Márcio Carneiro do. Métodos digitais e a memória acessada por APIs: desenvolvimento de ferramenta para extração de dados de portais jornalísticos a partir da WayBack Machine**. Revista Observatório**, Palmas, v. 1, n. 2, p. 23-41, Set./Dez. 2015.

O(s) autor(es) é(são) responsável(is) pela fidedignidade dos dados apresentados.

PUBLICIDADE, DIREITOS HUMANOS, CIDADANIA E A SINALIZAÇÃO DE VIRTUDES

Leo Mozdzenski[1]

RESUMO

Este artigo investiga a relação entre publicidade, direitos humanos e cidadania, com ênfase no fenômeno da sinalização de virtudes. O estudo adota uma abordagem crítica para examinar como a publicidade pode tanto perpetuar estereótipos e desigualdades quanto promover a inclusão. Propõe-se um modelo transformador e um protocolo de análise que buscam superar práticas tokenistas, promovendo campanhas genuinamente inclusivas e éticas. Conclui-se que uma publicidade autêntica, comprometida com a diversidade e equidade, contribui para uma cidadania mais plena.

Palavras-chave: Publicidade; Direitos humanos; Cidadania; Diversidade; Sinalização de virtudes.

ADVERTISING, HUMAN RIGHTS, CITIZENSHIP, AND VIRTUE SIGNALING

ABSTRACT

This article investigates the relationship between advertising, human rights, and citizenship, with an emphasis on the phenomenon of virtue signaling. The study adopts a critical approach to examine how advertising can both perpetuate stereotypes and inequalities or promote inclusion. A transformative model and an analysis protocol are proposed, aiming to overcome tokenistic practices and also foster genuinely inclusive and ethical campaigns. The conclusion emphasizes that authentic advertising, committed to diversity and equity, contributes to a more complete form of citizenship.

Keywords: Advertising; Human Rights; Citizenship; Diversity; Virtue Signaling.

INTRODUÇÃO

A publicidade, em sua função central de comunicar e persuadir, desempenha um papel significativo na formação de imaginários sociais e na construção de percepções sobre direitos e deveres de indivíduos e grupos. Embora geralmente associada à promoção de produtos e serviços, a sua influência transcende o âmbito comercial, moldando valores culturais e promovendo determinadas visões de mundo. Nesse contexto, as relações entre publicidade, direitos humanos e cidadania emergem como campos interconectados de análise crítica.

[1] Doutor em Comunicação e doutor em Letras/Linguística, com pós-doutorado em Direitos Humanos, pela Universidade Federal de Pernambuco. Professor da Pós-Graduação Lato Sensu do Instituto de Educação Continuada da PUC Minas. Pesquisador integrante do Grupo de Pesquisa PHiNC - Publicidade Híbrida e Narrativas de Consumo (PPGCOM-UFPE/CNPq). E-mail: leo_moz@yahoo.com.br.

Os direitos humanos, que pressupõem a dignidade intrínseca de todos os indivíduos, frequentemente se encontram em tensão com práticas publicitárias que perpetuam estereótipos e desigualdades. A publicidade, ao reforçar narrativas discriminatórias baseadas em gênero, raça, etnia e outras intersecções identitárias, não apenas reflete, mas também contribui para a manutenção de estruturas de opressão social. Esse fenômeno, embora seja amplamente discutido na academia e na sociedade, torna-se ainda mais complexo quando observamos o recente surgimento da chamada "sinalização de virtudes".

A sinalização de virtudes, ou *virtue signaling* (no original, em inglês), refere-se à prática de empresas se posicionarem publicamente em prol de causas sociais, como direitos humanos e cidadania, não necessariamente por um compromisso genuíno, mas como uma estratégia de marketing destinada a melhorar sua reputação. Esse fenômeno levanta questões críticas sobre a autenticidade das intenções corporativas e sobre o papel da publicidade na promoção de uma cidadania ativa e inclusiva.

Este trabalho busca explorar as intersecções entre publicidade, direitos humanos e cidadania, analisando como as campanhas publicitárias podem tanto reforçar estereótipos e exclusões quanto promover diversidade e inclusão. Além disso, será feito um contraponto com o fenômeno da sinalização de virtudes, discutindo seus impactos sobre a autenticidade das campanhas e o compromisso real das empresas com as causas sociais. A partir dessa discussão, propõe-se um modelo transformador para uma publicidade inclusiva e ética, bem como um protocolo de análise publicitária que promova uma cidadania plena e respeitosa dos direitos humanos.

Metodologicamente, esta investigação possui natureza qualitativa, sendo realizada por meio de uma pesquisa bibliográfica e documental. A pesquisa fundamenta-se em obras acadêmicas e relatórios institucionais sobre publicidade e direitos humanos, bem como em exemplos de campanhas publicitárias selecionadas como objeto de análise crítica. Com base nessa abordagem, buscou-se examinar como a sinalização de virtudes e as representações de diversidade e inclusão são construídas no discurso publicitário, a fim de propor um modelo transformador que contribua para uma publicidade mais ética e inclusiva.

SUPERANDO OS LIMITES: ESTEREÓTIPOS E DISCRIMINAÇÃO NA PUBLICIDADE

A publicidade contemporânea não pode ser analisada sem uma reflexão crítica sobre os papéis que os estereótipos desempenham na manutenção de estruturas de poder e

desigualdade. Ao se utilizar de representações recorrentes de gênero, raça, sexualidade, deficiência e estruturas familiares, a publicidade muitas vezes reforça narrativas que limitam a diversidade e perpetuam preconceitos. Essas representações, longe de serem inofensivas, são parte de um complexo sistema de comunicação que impacta diretamente as formas como indivíduos e grupos são percebidos socialmente, reproduzindo padrões de exclusão e marginalização (Leite, 2014; Mozdzenski, 2020).

Uma questão central nesse debate é a interseccionalidade, conceito que evidencia como diferentes formas de discriminação – machismo, misoginia, racismo, homotransfobia, capacitismo, etarismo, gordofobia, entre outras – se entrelaçam, criando dinâmicas de opressão complexas e multifacetadas. A publicidade, ao utilizar estereótipos isolados e rígidos, negligencia essas intersecções e reforça uma visão reducionista das identidades sociais. Por exemplo, mulheres negras com deficiência experimentam um tipo específico de discriminação que não pode ser reduzido a uma soma das discriminações baseadas em gênero, raça e deficiência (Leite, 2018). A publicidade que ignora essa complexidade reduz a multiplicidade de vivências a uma visão simplista, que contribui para a perpetuação de invisibilidades.

Os estereótipos de gênero, em particular, têm sido amplamente discutidos, mas a publicidade continua a utilizar representações fixas e binárias que confinam homens e mulheres a papéis restritos. As campanhas publicitárias que reforçam a mulher como exclusivamente cuidadora e o homem como provedor perpetuam uma divisão de funções que não só desconsidera as transformações sociais contemporâneas, como também legitima práticas discriminatórias no mercado de trabalho e na vida privada (Oliveira-Cruz, 2019). Tais narrativas limitam a autonomia feminina e reforçam a ideia de masculinidades tóxicas, em que os homens são desestimulados a participar ativamente da vida doméstica ou a expressar vulnerabilidades emocionais (Barreto Januário, 2016). Nesse contexto, a publicidade deve ser vista não apenas como um espelho da sociedade, mas como uma força ativa que pode desafiar ou reafirmar essas dinâmicas.

No que diz respeito à raça e etnia, a publicidade frequentemente reproduz estereótipos raciais que reforçam hierarquias sociais e culturais. As representações que retratam pessoas negras como atléticas, mas não intelectuais, ou pessoas asiáticas como naturalmente hábeis em disciplinas tecnológicas, reforçam uma visão limitada e utilitária das

contribuições dessas populações. Essas imagens perpetuam a segregação simbólica e limitam o acesso desses grupos a narrativas mais amplas de sucesso e realização pessoal. Além disso, a insistência em representar grupos raciais e étnicos de maneira estereotipada alimenta a marginalização e a exclusão, particularmente quando essas imagens são associadas a características culturais folclóricas ou "exóticas", em detrimento de uma visão mais ampla de suas contribuições para a sociedade (Moreno Fernandes, 2024; Bragaglia, 2017).

A deficiência é outro campo de discriminação frequentemente negligenciado ou retratado de forma inadequada na publicidade. Pessoas com deficiência são muitas vezes representadas como figuras de superação, como "heróis" que triunfam sobre sua condição, ou como "vítimas" de uma tragédia pessoal. Essas representações não apenas desumanizam, mas também reforçam uma visão caritativa e paternalista, na qual pessoas com deficiência são vistas como objetos de compaixão e não como sujeitos de direitos. A publicidade, ao normalizar essas imagens, contribui para a exclusão de pessoas com deficiência dos espaços públicos e impede uma compreensão mais plena de suas capacidades e contribuições para a sociedade (Silva; Covaleski, 2018; Hoff, 2016).

As estruturas familiares, por sua vez, são frequentemente retratadas de maneira normativa, com a prevalência da família nuclear heterossexual como o modelo idealizado. Essa visão desconsidera a pluralidade de arranjos familiares contemporâneos, incluindo famílias monoparentais, famílias LGBTQIA+ e famílias multirraciais, entre outras. A ausência dessas configurações familiares na publicidade reforça a invisibilidade de muitos grupos e contribui para a manutenção de um ideal de família que já não reflete a realidade de grande parte da sociedade (Leite, 2023; Jansen, 2024).

Portanto, ao considerar a publicidade no contexto dos direitos humanos e da cidadania, é imperativo que se reconheça o papel central que ela desempenha na construção e perpetuação de estereótipos. Uma publicidade transformadora, que promova a diversidade e a inclusão, deve ir além da superficialidade das representações tokenistas[2] e enfrentar de maneira robusta as interseções complexas de identidade que moldam a vida social. Essa mudança não é apenas uma questão ética, mas uma exigência para a promoção de uma sociedade mais equitativa e plural.

[2] Na publicidade, a prática do tokenismo consiste em uma aparente inclusão nas peças publicitárias de grupos sociais minorizados. Esses representantes simbólicos ("token") são trazidos apenas para dar "ares de diversidade", sem nunca ocupar de fato um lugar protagonista.

MODELO TRANSFORMADOR PARA UMA PUBLICIDADE DIVERSA E INCLUSIVA

O conceito de um *modelo transformador* na publicidade emerge da necessidade de enfrentar práticas discriminatórias e estereotipadas profundamente enraizadas na cultura corporativa e nos processos criativos. A publicidade, tradicionalmente moldada por uma estrutura que favorece determinadas representações, agora encontra-se em um ponto de inflexão, onde é imperativo não apenas reconhecer as desigualdades, mas também adotar uma postura ativa em prol da diversidade, equidade e inclusão (Covaleski, 2019; Pompeu; Perez, 2020). O modelo aqui proposto é inspirado nas diretrizes do Fundo das Nações Unidas para a Infância (UNICEF, 2021) e visa transcender a simples conscientização com a finalidade de implementar mudanças estruturais robustas.

A ideia central do modelo transformador está ancorada em três níveis de atuação: práticas discriminatórias, conscientização e transformação efetiva. O primeiro nível, discriminatório, é caracterizado pela perpetuação de desigualdades e pela manutenção de um *status quo* excludente nas publicidades. São práticas que favorecem grupos específicos, muitas vezes ignorando questões de gênero, raça, sexualidade ou deficiência. Um exemplo seria a publicidade que insiste em retratar só famílias cis-heteronormativas formadas apenas por pessoas brancas, desconsiderando a pluralidade cultural e racial que compõe a sociedade.

O segundo nível é o da conscientização. Nesse estágio, as empresas começam a reconhecer os problemas associados aos estereótipos, mas não implementam ações decisivas para lidar com essas questões de forma ampla e sistêmica. A inclusão de personagens diversos em campanhas publicitárias, embora positiva, muitas vezes se limita a gestos simbólicos e pontuais, que carecem de profundidade e continuidade. Esse tipo de representação corre o risco de ser percebido como tokenismo, ou seja, como uma inclusão superficial e coadjuvante, que não reflete um compromisso verdadeiro com a diversidade.

Por fim, o nível transformador é aquele que propõe uma ruptura completa com as práticas excludentes. Aqui, a publicidade não só reconhece as desigualdades como busca ativamente desconstruí-las. Uma publicidade transformadora apresenta narrativas complexas e diversas, que desafiam estereótipos e promovem imagens positivas de grupos historicamente marginalizados. Um exemplo seria uma campanha que não apenas inclui pessoas com deficiência, mas que também as retrata como agentes plenos de suas próprias

vidas, rompendo com a visão condescendente, sensacionalista ou paternalista muitas vezes presente.

Esse modelo exige uma reformulação das estratégias de negócios e estruturas corporativas. A diversidade, equidade e inclusão devem ser valores centrais nas organizações, permeando todas as fases da criação de conteúdo e produtos. A simples existência de linhas de produtos diversos não é suficiente. É necessário que a diversidade esteja incorporada de maneira horizontal e vertical nas empresas, com indicadores claros para monitorar e avaliar o progresso. A publicidade, como uma poderosa ferramenta de comunicação social, deve se comprometer com essa transformação para contribuir para a construção de uma cidadania plena e inclusiva (Govatto, 2007).

O modelo transformador, portanto, não é apenas um simples parâmetro para avaliar campanhas e produtos, mas um convite à reflexão crítica e à ação concreta. Ele exige das empresas uma postura ética e responsável, em que a inclusão deixe de ser um objetivo isolado e passe a ser parte integrante da identidade corporativa. Essa transformação não é apenas desejável, mas necessária, para que a publicidade contribua para promover uma sociedade mais justa e equitativa.

ESTRUTURA E ESTRATÉGIA EMPRESARIAL NO COMBATE AOS ESTEREÓTIPOS

A adoção de estratégias e políticas empresariais que enfrentem estereótipos prejudiciais na publicidade requer um compromisso institucional que permeie todos os níveis de uma organização. Não basta apenas criar uma linha de produtos diversa ou construir uma reputação pública de inclusão, enquanto práticas excludentes continuam a ser reforçadas em outras áreas da empresa. A verdadeira transformação exige uma abordagem holística, em que diversidade, equidade e inclusão se tornem princípios centrais nas operações cotidianas, refletindo-se tanto horizontal quanto verticalmente dentro das estruturas corporativas (Konrad; Prasad; Pringle, 2006).

O primeiro passo nessa direção envolve a integração da diversidade como um componente essencial nos planos estratégicos e nas políticas de recrutamento. Isso significa que a diversidade não deve ser relegada a uma política separada ou a um departamento isolado, mas deve estar incorporada como um valor intrínseco em todas as esferas da organização. Esse tipo de abordagem cria uma mudança significativa, assegurando que o esforço por inclusão se manifeste na composição das equipes e nas práticas cotidianas. Além

disso, é fundamental que a alta gestão atue como promotora desse compromisso, difundindo a responsabilidade por toda a estrutura organizacional e vinculando a performance em diversidade a metas corporativas concretas.

As empresas comprometidas com a inclusão precisam desenvolver mecanismos de monitoramento rigorosos que permitam avaliar continuamente seu progresso na eliminação de estereótipos. A definição de indicadores de desempenho – tanto qualitativos quanto quantitativos – é uma etapa crucial para garantir que os esforços não permaneçam apenas no nível simbólico. Indicadores quantitativos, como a proporção de mulheres, de pessoas não brancas, de pessoas LGBTQIA+ ou de pessoas com deficiência em posições de liderança, fornecem uma medida clara de progresso, enquanto métricas qualitativas, como o *feedback* de funcionários sobre a satisfação no ambiente de trabalho, ajudam a compreender o impacto real das políticas implementadas. Esses dados devem ser tornados públicos, respeitando as legislações vigentes de proteção de dados sensíveis, para garantir transparência e *accountability* nos compromissos assumidos.

Para que essas estratégias sejam eficazes, é igualmente necessário que as empresas destinem recursos adequados à implementação de políticas de diversidade e inclusão. A alocação de orçamentos específicos para esse fim demonstra para o público externo que a diversidade não é vista como uma responsabilidade periférica, mas como um componente integral da performance corporativa. Além disso, é essencial que as empresas adotem uma postura proativa ao incluir consultorias externas especializadas em diversidade, para auxiliar na construção e monitoramento das estratégias, especialmente em áreas onde possam faltar conhecimentos internos especializados.

Essas práticas de inclusão devem também refletir-se na comunicação corporativa interna, assegurando que a diversidade seja promovida de forma sistemática em todos os setores da empresa. Equipes criativas que não refletem a diversidade social encontram dificuldades em produzir conteúdos que realmente superem estereótipos e que abracem uma pluralidade de vozes e experiências. O combate aos estereótipos começa dentro da própria organização, ao garantir que todos os membros da equipe tenham voz ativa na concepção de produtos e campanhas que representem a diversidade de forma autêntica.

Portanto, a estrutura e a estratégia organizacional que visam combater estereótipos prejudiciais devem ser amplamente reformuladas, exigindo uma reavaliação das práticas de contratação, promoção e comunicação. O estabelecimento de indicadores de desempenho, o

compromisso transparente com a inclusão e a alocação de recursos adequados são passos fundamentais para construir uma empresa verdadeiramente comprometida com a diversidade, cujos produtos e campanhas publicitárias reflitam, de forma coerente, esse compromisso.

INTEGRAÇÃO DA DIVERSIDADE NO PROCESSO CRIATIVO PUBLICITÁRIO

Promover a diversidade e a inclusão no processo criativo publicitário exige que essas práticas sejam tratadas como pilares centrais em todas as etapas do desenvolvimento e execução de conteúdo. Para além de uma simples meta ética ou política de responsabilidade social, a incorporação de diversidade nas campanhas publicitárias possui impacto direto na capacidade das marcas de se conectarem autenticamente com um público cada vez mais plural. Tal abordagem estratégica permite às empresas não apenas atender às expectativas sociais emergentes, mas também garantir uma diferenciação competitiva em um mercado global saturado de imagens estereotipadas.

A construção de narrativas publicitárias verdadeiramente inclusivas começa no desenvolvimento dos conceitos criativos. É essencial que a diversidade não seja algo adicionado posteriormente ou como um elemento simbólico. Ao contrário, ela deve ser integrada desde o início, permitindo que a inclusão esteja presente de forma orgânica nas mensagens transmitidas. Isso implica uma reformulação no funcionamento das equipes criativas, nas dinâmicas de contratação e nos processos de decisão sobre o conteúdo final. As equipes criativas precisam espelhar a diversidade de suas audiências, o que requer uma composição heterogênea que possibilite a criação de campanhas que dialoguem diretamente com diferentes realidades culturais e sociais (Hansen, 2013).

Para assegurar que a diversidade seja incorporada de maneira robusta, as empresas devem estabelecer compromissos claros, liderados pela alta gestão, para combater estereótipos em todas as fases do processo criativo. É necessário que o teste de produtos e campanhas envolva equipes diversificadas, além de especialistas e parceiros que possam oferecer perspectivas distintas e garantir que o resultado final não seja apenas uma reprodução de preconceitos já existentes. A prática de auditorias internas para revisar o impacto das políticas de contratação, além de análises regulares sobre a cultura organizacional, pode contribuir significativamente para a redução de práticas excludentes no âmbito criativo.

Além disso, um aspecto fundamental desse modelo é o estabelecimento de estratégias de longo prazo que garantam que a inclusão não seja vista como uma intervenção pontual, mas sim como um compromisso contínuo. Isso inclui a criação de listas de verificação internas e diretrizes que abordem questões de diversidade em todas as fases da concepção de produtos e campanhas publicitárias. Tais instrumentos podem servir como ferramentas valiosas para orientar o desenvolvimento de conteúdos mais equitativos e representativos (Medeiros; Lins; Guimarães-Silva, 2024).

O processo criativo também deve ser sensível às mudanças culturais e às expectativas sociais em constante evolução. O uso de oficinas e treinamentos internos, com foco em conscientização sobre vieses inconscientes e na promoção de uma mentalidade inclusiva, pode preparar as equipes para produzir narrativas que realmente desafiem estereótipos. Dessa forma, a publicidade não apenas se distancia de representações prejudiciais, mas contribui ativamente para a promoção de uma sociedade mais justa e plural.

Por fim, deve-se reconhecer que os parceiros externos das empresas também desempenham um papel crucial na promoção da diversidade. Produtos e campanhas desenvolvidos de maneira inclusiva podem ser comprometidos caso as práticas de marketing associadas a eles reforcem estereótipos prejudiciais. Assim, a parceria com agências de publicidade, estúdios de design e fornecedores deve estar alinhada com os mesmos princípios de diversidade e inclusão estabelecidos internamente, assegurando que cada etapa do processo criativo atue de maneira coerente em prol de uma transformação genuína.

MONITORAMENTO DO PROGRESSO NO MARKETING DE PRODUTOS E NA COMUNICAÇÃO DE MARCA

O acompanhamento do progresso no marketing de produtos e na comunicação de marca é um aspecto essencial para assegurar que as práticas de diversidade e inclusão sejam efetivamente implementadas e sustentadas ao longo do tempo. Não se trata apenas de lançar campanhas pontuais que promovam a diversidade, mas de estabelecer métricas rigorosas e realizar análises periódicas que garantam a consistência desse compromisso em toda a estratégia de marketing e comunicação da marca. O monitoramento contínuo permite não só identificar áreas que necessitam de ajustes, mas também mensurar o impacto de ações positivas e progressistas nas percepções do público, nas vendas e na lealdade à marca.

As empresas comprometidas com a eliminação de estereótipos prejudiciais e com a promoção de representações inclusivas devem implementar ferramentas específicas de avaliação e análise de impacto. Um dos primeiros passos é a realização de auditorias regulares sobre as estratégias de marketing atuais, buscando evidências de como a publicidade que evita estereótipos afeta positivamente a receita, a base de clientes e a reputação da marca. Essas auditorias devem identificar não apenas áreas onde os estereótipos continuam sendo perpetuados, mas também oportunidades para ampliar as representações diversas em futuros esforços de marketing. É fundamental que os *scripts* de publicidade, as peças criativas e os textos sejam testados para identificar vieses, sendo submetidos a audiências diversas, de modo a garantir que representem de forma justa diferentes grupos.

Outro aspecto central do acompanhamento é a implementação de métricas claras para medir a evolução das campanhas progressistas ao longo do tempo. Isso pode incluir a criação de indicadores qualitativos e quantitativos para verificar se a publicidade se distancia de estereótipos nocivos. Revisões regulares de conceitos, linguagem, codificação de cores, imagens e vídeos utilizados em campanhas publicitárias são imprescindíveis para assegurar que as marcas estejam representando de maneira inclusiva as identidades diversas de seu público-alvo. Essas revisões não se limitam à superfície das campanhas, mas se estendem também ao modo como os produtos são comercializados e como os consumidores interagem com essas mensagens.

Para promover um impacto transformador, também é necessário avaliar como as campanhas de marketing influenciam a percepção dos consumidores. Realizar avaliações de impacto com *stakeholders* diversos, principalmente aqueles pertencentes aos grupos retratados, permite que as empresas compreendam como sua comunicação afeta não apenas a imagem da marca, mas também a forma como os consumidores se veem refletidos nesses materiais. Esse tipo de abordagem é especialmente importante para garantir que a publicidade não apenas evite a perpetuação de estereótipos, mas ativamente contribua para a desconstrução de normas excludentes e para a promoção de uma sociedade mais equitativa e inclusiva.

Por fim, as empresas devem manter um diálogo constante com entidades e instituições da indústria e governos, assegurando que suas práticas estejam alinhadas com os padrões mínimos em relação à representação justa e não discriminatória de diferentes

grupos. O estabelecimento de parcerias com ONGs, consultorias e outros agentes comprometidos com a diversidade, equidade e inclusão é fundamental para a troca de boas práticas e para o desenvolvimento contínuo de estratégias que promovam uma mudança real e duradoura no campo da publicidade e do marketing de produtos.

A SINALIZAÇÃO DE VIRTUDES NA PUBLICIDADE: O CONTRAPONTO

Embora os avanços rumo à diversidade e inclusão sejam essenciais para a transformação das práticas publicitárias, é igualmente importante reconhecer os riscos e armadilhas associados à chamada “sinalização de virtudes”. O termo, oriundo do inglês *virtue signaling*, refere-se à prática de empresas ou indivíduos em publicamente demonstrar apoio a causas sociais ou valores morais, não tanto por um compromisso genuíno, mas como uma estratégia para aumentar sua reputação e/ou para ganhar aceitação social (McClay, 2018).

O fenômeno da sinalização de virtudes vem ganhando crescente destaque no debate acadêmico e empresarial, especialmente no contexto da publicidade e das práticas corporativas associadas a causas sociais, o que também é denominado de *diversity washing* (Baker *et al*., 2024). A sinalização de virtudes se refere ao ato de expressar publicamente opiniões, sentimentos ou valores morais com a intenção de demonstrar o caráter moral ou a correção ética de uma posição, sem que, necessariamente, essa conduta seja seguida de ações concretas. Em outras palavras, trata-se de uma comunicação que visa mais ao aprimoramento da reputação de quem a pratica do que a uma contribuição genuína para a causa defendida.

Essa prática, quando adotada pelas marcas, tem gerado controvérsias por seu potencial de distorcer a autenticidade de compromissos sociais. Por um lado, as marcas que se alinham a causas sociais por meio de campanhas que sinalizam virtudes podem, de fato, fomentar um diálogo necessário sobre questões sociais urgentes, como diversidade, equidade e inclusão. Por outro, há o risco de que tais manifestações sejam percebidas como meros instrumentos de marketing, projetados para melhorar a imagem da empresa sem promover mudanças substanciais em suas práticas internas (Pompeu; Perez, 2020).

O estudo de Berthon *et al*. (2021) fornece uma análise detalhada dos perigos e promessas da sinalização de virtudes por marcas. Os autores sugerem que, embora a prática possa gerar benefícios de curto prazo – como o aumento de visibilidade e engajamento com públicos sensíveis a causas sociais –, ela também pode expor as empresas a acusações de

hipocrisia, especialmente quando as ações não correspondem às palavras. Os pesquisadores citam o exemplo da Nike, que lançou uma campanha com o jogador Colin Kaepernick para destacar a luta contra o racismo nos EUA, ilustrando bem o duplo impacto dessa prática. Embora a campanha tenha gerado um aumento significativo nas vendas e na exposição da marca, também provocou reações negativas de alguns setores da sociedade, que viram na ação uma flagrante exploração comercial de um movimento social legítimo.

Por seu turno, Tosi e Warmke (2016) sustentam que a sinalização de virtudes muitas vezes se confunde com o que os estudiosos denominam "ostentação moral" (*moral grandstanding*), caracterizada pela tentativa de uma pessoa ou entidade de melhorar sua reputação através de discursos ou atitudes moralmente corretas, mas que são motivadas, em grande parte, pelo desejo de ganho de status. Aplicada às marcas, essa dinâmica pode se tornar problemática, especialmente quando a comunicação sobre causas sociais não é respaldada por uma transformação concreta em suas práticas empresariais. Tosi e Warmke (2016) lembram o que ocorreu no caso da campanha da Gillette, que foi duramente criticada por tentar associar a marca ao movimento MeToo, enquanto historicamente promovia estereótipos masculinistas tóxicos em suas propagandas.

Portanto, ao discutir o fenômeno da sinalização de virtudes como um contraponto à defesa da diversidade, equidade e inclusão na publicidade e nas empresas, é essencial destacar a necessidade de autenticidade e coerência. Marcas que adotam essa estratégia sem investir realmente em práticas que reflitam os valores que defendem correm o risco de perder credibilidade e confiança junto a seus consumidores, além de contribuírem para a banalização de causas sociais importantes. Assim, para que a sinalização de virtudes seja bem-sucedida e não seja percebida como uma simples manobra de marketing, é imperativo que haja uma consonância entre o discurso e a prática corporativa.

A profundidade da crítica à sinalização de virtudes torna-se mais evidente quando observamos os efeitos de longo prazo desse fenômeno sobre a relação entre as marcas e seus públicos. Como mencionado, a sinalização de virtudes pode oferecer um retorno imediato em termos de visibilidade e engajamento com públicos-alvo, mas, se não acompanhada por ações concretas, essa prática pode acarretar danos à reputação corporativa e à confiança depositada pelo consumidor. No campo dos direitos humanos e da cidadania, a incongruência entre discurso e prática é particularmente sensível, visto que a

legitimidade dessas causas depende de um compromisso ético genuíno e sustentado (Saraiva; Irigaray, 2009).

A sinalização de virtudes, tal como exposto por Berthon *et al*. (2021), está frequentemente vinculada ao desejo das empresas de alinhar suas marcas a causas populares em momentos de grande visibilidade midiática. Contudo, essa abordagem levanta uma questão ética central: o que realmente motiva as empresas a se posicionarem em relação a causas como diversidade e inclusão? A sinalização de virtudes, quando praticada de maneira superficial, pode se transformar em uma forma de oportunismo corporativo, em que pautas sociais são apropriadas como estratégias de marketing, desvirtuando seu significado original. Isso cria uma tensão entre a autenticidade que essas causas exigem e o desejo corporativo de maximizar lucros por meio de uma associação simbólica com valores progressistas.

Outro ponto importante a ser destacado é o conceito de "sociedade pós-emocional" (*post-emotional society*), introduzido por Mestrovic (1996), que ajuda a explicar o aumento da sinalização de virtudes na era digital. Na sociedade pós-emocional, argumenta o autor, as emoções são separadas das ações genuínas e transformadas em performances públicas, adequadas a contextos sociais específicos. Para marcas que adotam a sinalização de virtudes, o principal objetivo é frequentemente a criação de uma imagem emocionalmente atrativa e moralmente correta, que ressoe com os valores superficiais e performáticos da sociedade contemporânea, ao invés de promover uma mudança estrutural significativa.

Essa separação entre emoção e ação é particularmente perigosa no campo dos direitos humanos e da cidadania, pois deslegitima os esforços autênticos em prol da justiça social. A prática empresarial de promover campanhas que exaltam a diversidade ou a equidade, sem que essas práticas sejam internalizadas nas estruturas corporativas, representa uma forma de "lavagem ética" (*ethics washing*), similar à "lavagem verde" (*greenwashing*), em que as empresas fazem uso de questões ambientais para melhorar sua imagem sem alterar suas práticas. A sinalização de virtudes, nesse sentido, é uma forma de "lavagem moral", que permite às marcas parecerem comprometidas com causas progressistas, quando, na realidade, suas ações não correspondem aos seus discursos.

Nesse sentido, Berthon *et al*. (2021) destacam como exemplo campanhas como a da Dove com o "*Real Beauty*", que buscou celebrar a diversidade de corpos femininos e desafiar os padrões de beleza tradicionais. Os autores sublinham que é preciso ponderar até que

ponto essa mensagem foi efetivamente incorporada à estrutura e cultura da empresa. Embora, à época, a campanha tenha sido amplamente elogiada por grupos feministas e tenha trazido ganhos financeiros, também houve críticas sobre a autenticidade do compromisso da Unilever, empresa controladora da marca, dado que outras de suas linhas de produtos, como a Axe, continuavam a perpetuar estereótipos sexistas. Para Berthon *et al*. (2021), essa contradição exemplifica como a sinalização de virtudes pode ser vista como uma estratégia calculada, destinada a reforçar a reputação da marca sem que mudanças internas significativas sejam feitas.

A questão da autenticidade é central nessa discussão. Tosi e Warmke (2016) arguem que a sinalização de virtudes, seja em indivíduos ou marcas, pode ser percebida como hipócrita quando há uma desconexão entre o discurso e a prática. Para marcas que buscam capitalizar sobre causas sociais, a autenticidade reside na capacidade de alinhar os valores comunicados externamente com as práticas internas da empresa. Isso inclui não apenas promover a diversidade em campanhas publicitárias, mas também garantir que a inclusão, a equidade e os direitos humanos estejam refletidos nas políticas internas, nos processos de recrutamento, na governança corporativa e na cadeia de suprimentos.

Além disso, Tosi e Warmke (2016) esclarecem que a noção de "autenticidade performativa" também deve ser considerada, pois muitas marcas tentam demonstrar sua virtude por meio de ações visíveis e, muitas vezes, espetaculares, como doações para causas sociais ou campanhas publicitárias que fazem declarações ousadas. No entanto, essas ações não devem ser avaliadas apenas pela sua visibilidade, mas pela profundidade e consistência de seus impactos. Como exemplo, os estudiosos citam o caso de marcas com uma retórica pró-diversidade, mas que aceitam práticas trabalhistas injustas em fábricas terceirizadas em países em desenvolvimento, onde há denúncias recorrentes de violações de direitos humanos. Essa dualidade entre um posicionamento público progressista e práticas empresariais questionáveis ilustra as complexidades inerentes à sinalização de virtudes, em que o simbolismo muitas vezes suplanta a substância.

Portanto, ao tratar da relação entre publicidade, direitos humanos e cidadania, é imperativo considerar que a sinalização de virtudes, se não for acompanhada de um compromisso genuíno e transparente com as causas defendidas, pode corroer a confiança do público e desvirtuar o sentido profundo de cidadania corporativa. A defesa de direitos humanos e a promoção da cidadania exigem mais do que campanhas publicitárias atraentes;

demandam uma mudança estrutural nas práticas organizacionais que vá além da superfície da comunicação e se enraíze nos princípios éticos da empresa. Caso contrário, a sinalização de virtudes, em vez de contribuir para a construção de um espaço público mais justo e inclusivo, perpetuará a superficialidade emocional e o oportunismo moral que caracterizam a sociedade contemporânea.

PROTOCOLO DE ANÁLISE PUBLICITÁRIA RESPEITANDO OS PRINCÍPIOS DE DIREITOS HUMANOS E CIDADANIA, COM BASE NO MODELO TRANSFORMADOR

Diante do que foi discutido ao longo do trabalho, apresento este protocolo de análise publicitária com o objetivo de fornecer um modelo robusto, aplicável por pesquisadores, professores e alunos de Comunicação, bem como por profissionais da área, para avaliar campanhas publicitárias em termos de inclusão, diversidade e respeito aos direitos humanos, evitando a simples sinalização de virtudes. Ele foi inspirado nas diretrizes do *Playbook* da UNICEF (2021), ampliando-as para atender às complexidades da sociedade contemporânea e às interseções entre direitos humanos e cidadania.

ESTRUTURA E DEFINIÇÃO DOS CRITÉRIOS

Os critérios de análise são divididos em três grandes categorias: (a) Práticas discriminatórias, (b) Práticas conscientes e (c) Práticas transformadoras. Para cada critério, a publicidade deve ser avaliada quanto ao nível de compromisso com a inclusão, equidade e diversidade, considerando também como a peça busca evitar a armadilha da sinalização de virtudes, isto é, quando as marcas se posicionam superficialmente em prol de causas sociais, sem um comprometimento real.

CRITÉRIOS GERAIS DE AVALIAÇÃO

REPRESENTATIVIDADE E DIVERSIDADE:

- *Gênero*: As representações de gênero promovem equidade? Evitam estereótipos binários ou reforço de papéis de gênero tradicionais?
- *Raça e etnia*: Existem personagens de diferentes origens raciais e étnicas retratados de maneira positiva e ativa? Há estereotipação de grupos minoritários?

- *Deficiência*: Pessoas com deficiência são incluídas como agentes de suas próprias histórias ou são retratadas como objetos de compaixão? Há diversidade dentro da própria categoria de deficiência (física, intelectual, sensorial)?
- *Estrutura familiar*: A publicidade contempla diferentes configurações familiares (famílias LGBTQIA+, monoparentais, multirraciais, etc.)? Evita reforçar a noção de "família nuclear ideal"?
- *Diversidade cultural e religiosa*: As culturas e religiões retratadas são respeitadas ou estereotipadas? Há representações positivas e complexas?

AUTENTICIDADE E COERÊNCIA:

- *Consistência com as práticas corporativas*: As campanhas refletem ações internas da empresa ou apenas uma imagem pública? A empresa pratica o que prega (*e.g.*, diversidade na força de trabalho, inclusão nas práticas de governança)?
- *Engajamento genuíno*: A campanha está claramente vinculada a ações concretas e contínuas em prol da causa promovida, ou é uma campanha isolada?
- *Supressão do tokenismo*: O uso de personagens diversos é substancial ou meramente simbólico? Os personagens de grupos minoritários são centrais na narrativa ou meros adereços?

IMPLICAÇÕES ÉTICAS E SOCIAIS:

- *Estereótipos e padrões nocivos*: A campanha perpetua estereótipos nocivos de gênero, raça, deficiência, tipos de corpos ou orientação sexual? Ou ela desafia essas representações tradicionais?
- *Impacto social*: A campanha promove empoderamento e mudança social, ou é limitada a reforçar padrões existentes? As representações de grupos marginalizados são complexas e dignas?
- *Responsabilidade social*: A publicidade reflete um compromisso real com os direitos humanos, ou se limita a adotar narrativas populares para benefícios mercadológicos?

MÉTODO DE AVALIAÇÃO

Para cada campanha analisada, recomenda-se o uso das seguintes etapas:

COLETA DE DADOS:

- Identificar todas as peças publicitárias relacionadas à campanha em análise.
- Observar o histórico da empresa em termos de posicionamento social e práticas de diversidade e inclusão (*site* e redes sociais da empresa, *sites* de notícias, etc.).

APLICAÇÃO DO PROTOCOLO:

- Avaliar cada peça de acordo com os critérios acima, atribuindo um nível de compromisso: Discriminatório, Consciente ou Transformador.
- Identificar pontos de sinalização de virtudes, se presentes, e verificar se há ações concretas associadas às mensagens publicitárias.

FEEDBACK:

- Elaborar uma relação com pontos fortes e fracos da campanha, incluindo sugestões de melhorias e ajustes, conforme os princípios de direitos humanos e cidadania.

MONITORAMENTO CONTÍNUO:

- Acompanhar a evolução das campanhas da empresa ao longo do tempo, verificando se os *feedbacks* do público externo (comentários e repercussão nas redes sociais, crítica especializada, ativistas, análises acadêmicas, etc.) foram incorporados e se há um progresso real em termos de diversidade e inclusão.

QUADRO-RESUMO DA AVALIAÇÃO SOBRE DIVERSIDADE E INCLUSÃO COM BASE NO PROTOCOLO DE ANÁLISE PUBLICITÁRIA

CRITÉRIO	NÍVEL DISCRIMINATÓRIO	NÍVEL CONSCIENTE	NÍVEL TRANSFORMADOR
Gênero	Reforça papéis tradicionais	Reconhece desigualdade, mas sem profundidade	Retrata equitativamente gêneros e papéis diversos
Raça/Etnia	Personagens estereotipados ou ausentes	Inclui alguns personagens, mas de forma simbólica	Protagonistas diversos e representações positivas
Deficiência	Ausência ou retratação estereotipada	Inclusão pontual de deficiências visíveis	Personagens com deficiência como agentes plenos
Família	Apenas famílias nucleares cis-heteronormativas	Reconhece famílias diversas, mas sem centralidade	Representa múltiplas configurações familiares de forma equitativa

CRITÉRIO	NÍVEL DISCRIMINATÓRIO	NÍVEL CONSCIENTE	NÍVEL TRANSFORMADOR
Autenticidade	Desconexão entre discurso e prática corporativa	Alguma coerência entre discurso e prática	Campanha acompanhada por ações reais e transformadoras
Estereótipos e Impacto Social	Reforça estereótipos nocivos	Evita estereótipos, mas não desafia padrões	Rompe com estereótipos e promove mudança social

Fonte: O autor.

Esse protocolo visa não apenas identificar falhas nas campanhas publicitárias, mas também fomentar uma transformação real no setor, incentivando a promoção de uma publicidade verdadeiramente inclusiva, ética e comprometida com os direitos humanos. A integração de princípios de diversidade e equidade deve ser orgânica e substancial, evitando a superficialidade da mera sinalização de virtudes. Assim, a publicidade poderá atuar como um agente de mudança social, promovendo cidadania e justiça social.

Este modelo pode ser aplicado tanto em sala de aula quanto em ambientes de pesquisa, proporcionando uma ferramenta didática e analítica para futuras gerações de comunicadores.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo sobre as interseções entre publicidade, direitos humanos e cidadania evidencia a complexidade das relações entre comunicação mercadológica e valores sociais. A análise demonstrou que a publicidade, ao mesmo tempo em que pode reforçar estereótipos e desigualdades, também possui o potencial de influenciar positivamente a percepção pública sobre diversidade e inclusão, desde que respaldada por ações concretas e estruturais dentro das empresas.

Ao problematizar o fenômeno da sinalização de virtudes, foi possível expor como muitas campanhas publicitárias acabam por se apropriar de pautas sociais sem necessariamente promover uma transformação interna consistente. Esse tipo de abordagem, que visa essencialmente melhorar a reputação da marca sem compromissos efetivos, tende a ser percebido com ceticismo e pode resultar em descrédito. Esse achado é central para entender o crescente distanciamento entre as intenções publicitárias e as percepções do público, o que revela um ponto de ruptura na confiança do consumidor em relação ao discurso corporativo.

O modelo transformador e o protocolo de análise sugeridos no decorrer deste artigo buscam justamente oferecer uma alternativa a essa superficialidade, ao propor que as marcas integrem de forma orgânica a diversidade em todas as etapas de suas operações. Isso não significa apenas incluir representações simbólicas, mas trabalhar com uma abordagem sistêmica que envolve mudanças nos processos criativos, na estrutura organizacional e nas práticas de comunicação. Tal modelo exige mais do que uma mera "correção de imagem"; requer um realinhamento das práticas internas das empresas para que haja coerência entre o discurso e a prática.

No entanto, é importante reconhecer que a transformação no âmbito da publicidade não ocorre de maneira linear ou desprovida de desafios. Em um mercado regido por pressões econômicas e pela competição acirrada, nem todas as empresas estão dispostas ou preparadas para abraçar mudanças profundas que possam alterar seus modelos de negócio. Assim, o estudo sugere que, embora a publicidade tenha um papel importante na construção de narrativas sociais, seu alcance é limitado se não estiver acompanhada por pressões externas, como regulamentações mais rígidas, e internas, como uma governança corporativa comprometida.

A importância desse tipo de investigação reside na necessidade de expor as fragilidades dos discursos publicitários que instrumentalizam causas sociais, mas também em oferecer caminhos viáveis para uma publicidade mais responsável e ética. Este estudo não apenas amplia o debate sobre o papel das marcas na esfera pública, como também contribui para uma compreensão mais crítica dos limites e das potencialidades do mercado publicitário contemporâneo.

Futuras pesquisas de recepção poderão explorar mais profundamente o impacto dessas narrativas sobre os diferentes públicos, investigando como as pessoas interpretam e respondem a campanhas que se posicionam em prol de causas sociais. Além disso, seria relevante examinar como práticas regulatórias, políticas públicas e a própria conscientização dos consumidores podem contribuir para uma maior *accountability* das marcas em relação às pautas de direitos humanos e cidadania.

Essa reflexão mais profunda e crítica sobre a publicidade e sua relação com os direitos humanos ressalta que não se trata apenas de uma questão de comunicação eficaz ou de imagem pública, mas de um debate ético sobre o papel das marcas na construção de uma sociedade mais inclusiva e plural, sem apelar para práticas que minem a confiança pública.

REFERÊNCIAS

BAKER, A. C.; LARCKER, D. F.; McCLURE, C.; SARAPH, D.; Watts, E. M. Diversity washing. **Chicago Booth Research Paper**, n. 22-18, p. 1-52, jan. 2023.

BARRETO JANUÁRIO, S. **Masculinidades em (re)construção**: gênero, corpo e publicidade. Covilhã: LabCom.IFP, 2016.

BERTHON, P. R.; FERGUSON, S. T. L.; PITT, L. F.; WANG, E. The virtuous brand: the perils and promises of brand virtue signaling. **Business Horizons**, v. 66, p. 27-36, out. 2023.

BRAGAGLIA, A. P. (org.). **Ética na publicidade**: por uma nova sociedade do consumo. Rio de Janeiro: Multifoco, 2017.

COVALESKI, R. L. Responsabilidade, solidariedade e sustentabilidade: causas sociais no Can-nes Lion Innovation Festival 2015. In: PEREZ, C. *et al*. (orgs.). **Ontologia publicitária**. São Paulo: INTERCOM, 2019. p. 429-447.

GOVATTO, A. C. M. **Propaganda responsável**: é o que todo anunciante deve fazer. São Paulo: Ed. Senac São Paulo, 2007.

HANSEN, F. **(In)verdades sobre os profissionais de criação**: poder, desejo, imaginação e autoria. Porto Alegre: Entremeios, 2013.

HOFF, T. (org.). **Corpos discursivos**: dos regimes de visibilidade às biossociabilidades do consumo. Recife: Ed. UFPE, 2016.

JANSEN, L. L. **Como explicar isso a uma criança?**: repercussões da publicidade LGBTI+. Curitiba: Appris, 2024.

KONRAD, A. M.; PRASAD, P.; PRINGLE, J. K. (eds.). **Handbook of workplace diversity**. London: SAGE, 2006.

LEITE, F. **Afetividades LGBTQIA+ anunciadas**: olhares de famílias brasileiras. São Paulo: Annablume, 2023.

LEITE, F. **As brasileiras e a publicidade contraintuitiva**: enfrentamento do racismo pela midiatização da imagem de mulheres negras. São Paulo: Alameda, 2018.

LEITE, F. **Publicidade contraintuitiva**: inovação no uso de estereótipos na comunicação. Curitiba: Appris, 2014.

McCLAY, B. D. Virtue signaling. **The Hedgehog Review**, v. 20, p. 141-144, Summer 2018.

MEDEIROS, E.; LINS, L.; GUIMARÃES-SILVA, P. (orgs.). **Comunicação, diversidade & inclusão**: diálogo entre academia e mercado. Belo Horizonte: Fafich/Selo PPGCOM UFMG, 2024.

MESTROVIC, S. **Postemotional society**. New York: SAGE, 1996.

MORENO FERNANDES, P. Representatividade, enfim, importa? A presença negra na comunicação das marcas mais valiosas do Brasil. In: CORRÊA, L. G.; MORENO FERNANDES, P.; MOURA, M. A.; FURTADO, L.; BERNARDES, M. (Org.). **Vozes Negras em Comunicação II**: interseções, diálogos e caminhos. Belo Horizonte: Autêntica, 2024. p. 299-320.

MOZDZENSKI, L. **Outvertising**: a publicidade fora do armário. Curitiba: Appris, 2020.
OLIVEIRA-CRUZ, M. F. (org.). **Publicidade e gênero**: representações e práticas em questão. Santa Maria: Facos-UFSM, 2019.

SARAIVA, L. A. S.; IRIGARAY, H. A. R. Políticas de diversidade nas organizações: uma questão de discurso?. **Revista de Administração de Empresas**, v. 49, n. 3, p. 337-348, jul./set. 2009.

SILVA, K. C.; COVALESKI, R. L. Convocações e deslocamentos da diferença: o corpo com deficiência na publicidade. **Contemporânea**, v. 16, n. 1, p. 274-289, jan./abr. 2018.

TOSI, J.; WARMKE, B. Moral grandstanding. **Philosophy & Public Affairs**, v. 44, n. 3, p. 197-217, 2016.

UNICEF – United Nations Children's Fund. **Promoting diversity and inclusion in advertising**: a UNICEF Playbook. New York: UNICEF, 2021.

O autor é responsável pela fidedignidade dos dados apresentados.

A INTERAÇÃO (OU NÃO) ENTRE ATORES SOCIAIS COMO PROCESSADOR COMUNICACIONAL: UM ESTUDO DO PLANO DE PRESERVAÇÃO DO CONJUNTO URBANÍSTICO DE BRASÍLIA (PPCUB)

Valéria dos Santos Nascimento[1]
Tiago Mainieri[2]

RESUMO

Este artigo objetiva analisar o processador comunicacional interação no debate do Plano de Preservação do Conjunto Urbanístico de Brasília. Na metodologia, trabalham-se as Comunicabilidades e as Incomunicabilidades das matérias nos portais empresariais, institucionais e governamentais no período de junho a agosto de 2024. Os principais resultados são: há Comunicabilidades nas interações, mas há Incomunicabilidades do Governo do Distrito Federal para uma parte dos atores analisados.

Palavras-chave: Interação Comunicacional; Processador Comunicacional; Processamento Comunicacional; Comunicabilidades; Incomunicabilidades.

THE INTERACTION (OR NOT) BETWEEN SOCIAL ACTORS SUCH AS COMMUNICATION PROCESSOR IN THE PRESERVATION PLAN FROM THE URBAN SETTING OF BRASÍLIA - PPCUB[3]

ABSTRACT

This article aims to analyze the communicational processor interaction in the debate on the Preservation Plan for the Urban Complex of Brasília. In the methodology, the Communicabilities and Incommunicabilities of the subjects in the business, institutional and government portals are worked on in the period from June to August 2024. The main results are: there are Communicabilities in the interactions, but there are Incommunicabilities of the Government of the Federal District for some of the actors analyzed.

Keywords: Communicational Interaction. Communication Processor. Communication Processing. Communicability. Incommunicability.

INTRODUÇÃO

Este artigo tem a intenção de avaliar como acontece a interação entre os atores sociais, pertencentes aos segmentos Imprensa, Política, Educação, Empresarial, Especialistas e Sociedade Civil Organizada, sobre o Plano de Preservação do Conjunto Urbanístico de

[1] Doutoranda em Comunicação no PPGCOM | FIC | UFG. E-mail: valeria_santos@discente.ufg.br.
[2] Professor permanente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação pela UFG. E-mail: tiagomainieri@ufg.br.
[3] Google Tradutor

Brasília (PPCUB), esse enquanto um processador comunicacional e seus inerentes processos comunicacionais. Para isso, questiona-se: como acontece o processamento comunicacional entre os atores desde a fase de aprovação do projeto de lei na Câmara Legislativa do Distrito Federal - CLDF até a pós-sanção da Lei Complementar nº 1.041, de 12 de agosto de 2024, pelo atual governador do Distrito Federal, Ibaneis Rocha?

Enquanto um instrumento de regulação governamental que objetiva ter regras para a ordenação urbana de Brasília, o PPCUB possui vários significados para seus diferentes públicos, pois Brasília, além de ser a capital do Brasil, é tombada como patrimônio no Distrito Federal e no governo federal e ainda é inscrita como Patrimônio da Humanidade pela Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (Unesco) (SEDUH, 2024). Nesse sentido, o debate público digital em torno da Lei Complementar gerou vários tensionamentos comunicacionais por conta de leituras diversas sobre a temática. Braga (2022) explica que

> Nestas condições, o desafio que se apresenta à sociedade humana é o de exercer competências próprias da espécie para obter composições viáveis, tentando continuamente evitar que nossas especificidades diferenciadas resultem em tensionamentos desastrosos. De modo concomitante, temos o desafio de exercer a diversidade, as capacidades de diversificação e de invenção social para enfrentar as urgências novas que devem ser interacionalmente enfrentadas, assim como o de superar composições equivocadas ou em processo de desagregação ou conflito. (BRAGA, 2022, p. 110)

Diante da polêmica em torno do tema, o propriamente comunicacional faz-se presente de forma significativa, principalmente por conta das diferentes opiniões, das questões de Comunicabilidades e de Incomunicabilidades atuantes no campo dessas interações humanas e do desenrolar dos posicionamentos dos atores por conta dos principais marcadores decisórios: a aprovação do projeto de lei do Executivo distrital pela maioria dos deputados do Distrito Federal e a pós-sanção governamental da lei complementar.

Como declara Braga (2022), a Comunicação é anterior aos processadores. Ela permanece como dinâmica básica após o desenvolvimento do processador. Ela redireciona o próprio processador. “Ao acionar um determinado processador, os participantes sociais fazem sua comunicação funcionar dentro das lógicas deste, mas a dinâmica da diversificação

continua a ser exercida em processo de reajuste." (BRAGA, 2022, p. 117). Nas palavras de Braga (2023, p. 10), um processador comunicacional é

> (…) é qualquer processo de interação que, tendo obtido alguma estabilidade e se tornado socialmente disponível, seja acionado para ativar ações comunicacionais – isto é, para se exercer diversificadamente no enfrentamento de urgências e projetos de ação em comum. O conceito implica buscar apreender os processamentos pelos quais os gestos comunicacionais, em sua tentativa de ação sobre o contexto, são exercidos e selecionados. A expressão "processador" é pertinente, explicitando que serve para processar – para que a ação se inicie, se desenvolva e produza resultados (em maior ou menor acordo com o que foi buscado e decidido) e que se realize como processo comunicacional.

Nesse contexto, analisar o processamento comunicacional a partir das Comunicabilidades e das Incomunicabilidades das interações desses atores sociais faz-se pertinente por conta dos atravessamentos que os campos do Jornalismo e da Política realizam-se entre si, principalmente quando estão em voga assuntos de interesse público. Segundo Carrijo, Signates e Satler (2022), a partir das tensões, é possível enxergar o simbólico em movimento e acessar as camadas que o constituem. As Comunicabilidades e as Incomunicabilidades não entram nas dimensões do consenso ou do dissenso, porque pode existir debate e enfrentamento no sentido interacional: "se há interação, se há ação de vínculo, se os sentidos são produzidos há comunicação." (BRAGA, 2017 *apud* Carrijo, Signates e Satler, 2022, p. 14).

Assim, este artigo segue a proposta de uma abordagem comunicacional interacionista (modelo defendido por Braga) a partir dos ditos e dos não ditos pelos atores nos conteúdos publicados na internet (texto e vídeo), pois "(...) é no interior dessas tensões que os atores se comunicam, pela fala expressa ou pelo silenciamento igualmente expressivo, revelando formas nem sempre fixas ou padronizadas de comportamento comunicacional." (CARRIJO; SIGNATES; SATLER, 2022, p. 15). Portanto, trata-se de uma contribuição ao campo da Comunicação e especificamente da Epistemologia da Comunicação.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Ao compartilhar da mesma ideia de Braga (2012, p. 26) de que "(...) as interações sociais são o lugar de ocorrência da comunicação (...)". A comunicação acontece e se realiza nas práticas sociais através dos processos em contexto. Nesse lugar, pessoas e grupos realizam um esforço de entendimento para perceber o que os outros dizem ou implicitam

(BRAGA, 2012). Para esse estudo, a interação se relaciona com os conceitos de Comunicabilidades e Incomunicabilidades (SIGNATES, 2022) para ampliar o lugar do entendimento para um lugar do não entendimento e, mesmo assim, manter o fenômeno comunicacional como centro dessa pesquisa.

Segundo Braga (2017, p. 20), "o fenômeno comunicacional se realiza em episódios de interação[4] entre pessoas e/ou grupos, de forma presencial e/ou midiatizada. (...) As interações envolvem uma grande variedade de circunstâncias, processos, participantes, objetivos e encaminhamentos". O debate público no Distrito Federal em torno do tema PPCUB é bastante elucidativo e corresponde às características das interações e, portanto, correspondem à essência da Comunicação. Por isso, ela não é só aquela do processo bem-sucedido ou do consenso, mas toda articulação ou tensionamento entre indivíduos, grupos ou setores sociais: desencontrada, conflituosa, com interesses de todas as ordens etc (BRAGA, 2017).

Ao se considerar toda a relevância histórica, social, econômica, política e cultural de Brasília, há interesses diversos vindo de seus atores e seus setores de atuação e isso gera um problema comunicacional entre eles e vai complexificando os processos comunicacionais. "O problema comunicacional não é simplesmente a necessidade de gerar ações em comum (...). Responder ao desafio comunicacional é desenvolver composições viáveis entre transformações (por diversificação) e continuidade (como cultura)." (BRAGA, 2022, p. 109).

Dentro das dinâmicas e das lógicas acionadas nesses processos comunicacionais, a interação funciona como um grande processador comunicacional no debate público. "(...) os processadores devem ser percebidos como espaços de variação gerativa instituídos por processos comunicacionais e, ao mesmo tempo, formadores de lógicas potencializadoras de composições comunicacionais." (BRAGA, 2022, p. 117). Se a interação funciona como um processador nesse fenômeno do PPCUB, a Comunicação é sua dinâmica básica: os participantes sociais fazem suas respectivas comunicações dentro das lógicas do processador e, assim, transformam-se a si mesmos e/ou suas narrativas ao longo do tempo (BRAGA, 2022). O processador comunicacional "(...) corresponde a uma composição que oferece

[4] No espaço social geral, as interações não se encerram em seus objetivos e em seus resultados, ou seja, os resultados de uma interação são ofertados como matéria para outras interações (texto, vídeo, gravação, falas, gestos, decisões). Esse é o circuito comunicacional. (BRAGA, 2017).

instrumental, procedimentos e padrões aos participantes sociais como bases comuns para uma variedade, abrangente ou focalizada, de gestos comunicacionais." (BRAGA, 2023, p.9).

De forma didática, Braga (2023) explica como funciona: o ângulo de observação tem uma grande questão (o desafio comunicacional); a práxis social possui urgências e projetos específicos diversificados que produzem gestos comunicacionais (ação e discurso); nos contextos sociais da práxis, há os processadores comunicacionais em que a Comunicação, referente a urgências e projetos, produzem variações e exercem seleções.

> Os processos comunicacionais, resistindo à dispersão, geram contextos, que são dimensões intermediárias nas quais as urgências e os projetos se diversificam e são selecionados. Os processadores e os circuitos sociais que os exercem fornecem, por variação e seleção, o trabalho continuado de encaminhar as transformações sociais e buscar zonas de estabilidade. (BRAGA, 2023, p.7)

Como as Comunicabilidades e as Incomunicabilidades pertencem aos processos comunicacionais dessas interações entre os autores do PPCUB? Ao se considerar que esses elementos são anteriores às teorias intermediárias da Comunicação, pois podem ser identificados em quais teorias, métodos e modelos comunicacionais, as Comunicabilidades e as Incomunicabilidades são percebidas como elementos essenciais dentro do processador comunicacional interação. Portanto, um relacionamento com tensões comunicacionais na medida em existem vários campos em atuação: Política, Jornalismo, áreas técnicas profissionais (Arquitetura e Urbanismo, por exemplo), intelectuais e especialistas de outras áreas afins e a população do Distrito Federal de modo generalista. "Importante observar que este regime dual ou dialético de articulação conceitual não constitui um modelo teórico e sim uma modelagem metateórica, capaz de dialogar com as teorias pretensamente gerais (...)" (SIGNATES, 2022, p.18).

Para Signates (2023, p. 15), a metateoria:

> (...) define-se acima das comparações empíricas que os pesquisadores fazem, mas podem, sim, trabalhar articulação daquilo que os resultados obtidos por eles demonstram. Em outras palavras, o corpus da metateoria não são simplesmente os ensaios teóricos, mas também as teorizações nascidas do mundo da pesquisa empírica.

Signates (2023, p. 18) complementa que as Comunicabilidades e as Incomunicabilidades possuem duas vantagens pragmáticas:

> A primeira, é abrir a noção de comunicação para o âmbito da possibilidade, da processualidade, e não a restringir ao que deveria ser um "fato" científico estável e estabelecido. E, a segunda, que me parece tão ou mais importante do que a primeira,o de se situar no plano metateórico e, em razão disso, não ter a obrigação de oferecer uma definição da comunicação, podendo, por isso, trabalhar com qualquer uma ou, melhor ainda, com o tensionamento entre diferentes definições.

METODOLOGIA

Este estudo observacional tem uma abordagem qualitativa e do tipo exploratório.

> As pesquisas exploratórias têm como principal finalidade desenvolver, esclarecer e modificar conceitos e idéias, tendo em vista a formulação de problemas mais precisos ou hipóteses pesquisáveis para estudos posteriores. (...) são desenvolvidas com o objetivo de proporcionar visão geral, de tipo aproximativo, acerca de determinado fato. (GIL, 2008).

Através do método dialético, o artigo busca captar as Comunicabilidades e as Incomunicabilidades (SIGNATES, 2022; 2023) presentes dentro do processador comunicacional interação através dos discursos proferidos pelos atores sobre o PPCUB para ter uma percepção comunicacional sobre esse fenômeno. "A preocupação do método dialético é buscar a solução dos problemas de forma dinâmica, sistêmica, inter-relacional e contínua." (FUMEC, 2013, p. 95).

Para isso, foram escolhidos oito documentos em formatos de texto e vídeo publicados em canais de comunicação empresariais, institucionais e governamentais com base em dois critérios: viabilidade de construção de uma linha do tempo (a aprovação da Lei Complementar na CLDF até a pós-sanção pelo governador do Distrito Federal) e falas de representantes dos segmentos Imprensa, Política, Sindicato Empresarial, Educação, Especialistas e Sociedade Civil Organizada ao se considerar que, nessa fase de debate público, foram as vozes com mais espaço nos veículos de comunicação do Distrito Federal.

Pela análise do caso comunicacional PPCUB, busca-se observar quais as Comunicabilidades e as Incomunicabilidades presentes nos discursos dos atores, ou seja, analisar o processamento comunicacional interação a partir dessas dualidades. Nas palavras de Signates (2023, p. 16 - 17), a escolha por essa heurística do tensionamento comunicacional identifica uma polaridade específica de duplo categorial, metateórica e processual.

> Expliquemos brevemente esta expressão criterial: um duplo categorial é um par de conceitos que especifica polos máximos de um tensionamento dialético, sem,

> contudo, prefigurarem uma dicotomia, e, nesse sentido, devem ter natureza metodológica (por isso são categorias e não simplesmente conceitos) e metateórica (e não teórica) por não terem finalidade descritiva da realidade - exceto se isso se impuser empiricamente, pelos próprios resultados de pesquisa, após todo o rigor possível sobre os procedimentos de análise para a conclusão teórica (mas, nesse caso, não estaremos mais no terreno do metateórico e sim na construção especificamente teórica, o que não tem qualquer problema, desde que se explicite). E é processual porquanto considera a ideia de movimento, como elemento constitutivo de fenômenos de tipo comunicacional.

ANÁLISE DO CASO E RESULTADOS

Ao total, oito documentos (textos e vídeos) foram analisados. São considerados o segmento do falante comunicacional, a mensagem produzida, seus movimentos de Comunicabilidades e Incomunicabilidades e a qual receptor o produtor da mensagem direciona sua comunicação a partir da perspectiva dos conteúdos das matérias jornalísticas. A seguir, a cronologia temporal e a análise comunicacional do caso PPCUB:

17 de junho[5] (entrevista Rádio Nova Brasil Brasília | opinião jornalística) - No segmento Imprensa, jornalista tece comentários críticos aos segmentos Político e Empresarial com uma fala direcionada à memória afetiva da população da cidade. Um movimento de nós (população e imprensa) contra eles (especulação imobiliária e outros interesses privados) com o uso de documentos técnicos elaborados pela Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (Unesco) e pelo setor de esportes da Ordem dos Advogados do Brasil (OAB) para contra-argumentar a lei complementar: “Construção sem critério”. “Isso é interessante para quem?”. “Vão roubar até nosso pôr-do-sol”. “Destruição da qualidade de vida”. “Não têm audiências públicas”. “Não tem Comitê Gestor que acompanhe a preservação de Brasília”. São tensionamentos comunicacionais presentes na narrativa. Mesmo com os dissensos presentes para contrapor os atores decisórios (Política e Empresarial), a jornalista movimenta-se para o apoio social e político vindo de outros atores sociais (população e movimentos sociais) quando correlaciona o tema do PPCUB a mudanças climáticas e riscos ambientais inerentes ao processo: “Mais uma área impermeabilizada por construções”. “Brasília é uma jóia mundial. A gente tem o compromisso de manter a cidade assim”. Existe uma processualidade comunicacional que contrapõe e leva os internautas ao engajamento e à ação política. Nas palavras de Braga (2023, p. 8):

[5] https://www.youtube.com/watch?v=ulJKQorWgk8&list=PL7EssEA6XngYnnjnVebVkpt1VHTMlLb5u&index=11

> Em conexão com esses motivos, os meios de comunicação passaram a ser geradores de problemas, por uma interveniência crescente em praticamente todos os processos sociais – dos quais, obviamente, a comunicação já fazia parte, nos padrões de uma relativa estabilização processual antes estabelecida. Nada favorece tanto a busca de conhecimento quanto uma presença intensiva de problemas que desafiam a reflexão e a necessidade de esclarecimento.

19 de junho[6] (material jornalístico | canal de comunicação CLDF | data da aprovação do Projeto de Lei Complementar na CLDF) - No segmento Política (Legislativo Distrital), os deputados distritais favoráveis e desfavoráveis ao projeto posicionam-se sobre o PPCUB. Na linha de apoio ao Governo do Distrito Federal (GDF): "Coragem de 'pegar' projeto posto na Casa há mais de dez anos. É Brasília crescendo com segurança" (MDB). Uma mensagem de encorajamento e credibilidade à gestão atual do governo com crítica implícita aos antigos gestores em conduzir esse processo comunicacionalmente polêmico porque envolve interesses diversos e de elogio à condução da gestão pública pelo GDF. Na contracorrente da oposição, parlamentares enfatizam aspectos como condução do processo internamente pela CLDF; questões ambientais, históricas e culturais de Brasília; contínua exclusão social da cidade; *déficit* habitacional; interesses econômicos. Como os movimentos de Comunicação, não convergem apenas nas polaridades Comunicabilidades | Incomunicabilidades de forma linear, percebe-se um dos discursos proferidos pelo parlamentar (PT) uma confluência com a fala da jornalista na Rádio Nova Brasil (17 de junho) com uma Comunicabilidade direta entre o segmento Política e o segmento Imprensa: "Não tem uma linha prevendo os efeitos extremos dos desastres climáticos que estamos vivendo". Para Carrijo, Signates e Satler (2022, p. 7), "Comunicação, neste caso, não é um ser, e sim um estar, e assim, como processualidade em trânsito, configura-se sempre tensionada por possibilidades e limites."

21 de junho[7] (material jornalístico | canal de comunicação GDF | Agência Brasília) - No segmento Política (Executivo Distrital), há uma entrevista exclusiva com representante da Secretaria de Desenvolvimento Urbano e Habitação do DF (Seduh). "Isso, na maior parte das vezes, é a garantia da preservação. Quando colocamos o que pode e o que não pode ser feito, quais são as alturas máximas, qual é o máximo de ocupação de cada lote, permite com

[6] https://www.cl.df.gov.br/-/cldf-aprova-plano-de-preservacao-do-conjunto-urbanistico-de-brasilia

[7] https://www.agenciabrasilia.df.gov.br/2024/06/21/ppcub-garante-integridade-da-area-tombada-de-brasilia-entenda-principais-pontos-do-plano/

que a cidade seja exatamente da forma como ela é, garantindo a preservação". Percebe-se uma defesa de que o projeto governamental está vinculado à preservação da cidade, portanto às questões ambientais. Nessa narrativa, o GDF discorda dos críticos e tenta construir uma Comunicabilidade por meio do discurso preservacionista e conservador e faz uso de argumentos técnicos, entretanto não responde a questionamentos como participação da população e direcionamento do processo para um debate público mais plural, por exemplo. Nesse aspecto, ao ignorar essas falas ligadas à participação, o GDF faz um movimento de Incomunicabilidades na condução do PPCUB no Distrito Federal.

25 de junho[8] (material jornalístico | canal de comunicação Senado Federal | audiência pública). No segmento Política (Legislativo Federal), o título da matéria "Plano aprovado no DF ameaça preservação de Brasília, dizem debatedores" já conduz o internauta a um posicionamento sobre esse grupo político (PDT, consultores especializados do Senado Federal, instituições governamentais e não governamentais ligadas a patrimônio e instituições de ensino superior), por exceção Legislativo e Executivo distritais. Na fala da parlamentar (PDT), uma defesa à bandeira ambiental, uma crítica à gestão distrital e um prognóstico negativo quanto ao futuro de Brasília: "A liberação de áreas verdes para atividades econômicas sem um planejamento ambiental adequado pode fragilizar ainda mais nossa cidade frente a esses eventos". Existe um movimento de Comunicabilidades, pelo consenso, a atores defensores da pauta ambiental em contraponto às ações dos detratores e, pelo dissenso, à atual gestão do GDF, pois, na Comunicação, espera-se que cada produção traga uma recepção comunicacional de forma cíclica.

28 de junho[9] (artigo de opinião | canal de comunicação Sindicato da Indústria da Construção Civil no Distrito Federal - Sinduscon|DF). No segmento Sindicato - Entidade empresarial, um dos gestores do grupo Empresarial faz sua resposta às críticas e argumenta o motivo de sua defesa do projeto GDF. É um movimento da processualidade comunicacional porque sustenta o dissenso e mantém a oposição na outra polaridade do discurso comunicacional (movimento Nós contra Eles), mas também se movimenta para ganhar apoio

8 https://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2024/06/25/plano-aprovado-no-df-ameaca-preservacao-de-brasilia-dizem-debatedores

9 https://sinduscondf.org.br/noticia/6467/ppcub-desenvolvimento-com-seguranca-juridica-e-preservacao-do-patrimonio

da população do DF (esse é um recurso comunicacional de manipulação e controle já que, em sua fala, não existem colocações que tragam as pessoas a participarem da construção da normativa PPCUB). “Muitos argumentos, em tom de denúncia, têm sido disseminados para confundir a população”. “A análise do projeto requer boa fé e consciência da importância de substituir um emaranhado de regras da década de 60, que já não atendem as necessidades do DF e da sua população”. “Garantir que mais pessoas morem em uma área permite a eles viverem mais perto de suas necessidades diárias e ter mais oportunidades para usufruir do próprio direito à cidade, incluindo, por exemplo, ofertas de trabalho, estudo, comércio, serviços e até opções de lazer”. Esse ator Empresarial está na linha de frente nos dissensos com a maioria dos atores comunicacionais desse caso. Percebe-se, em seu discurso, um movimento de esquecimento de um passado atrasado, confuso e sem diálogo com o presente e de promessa para um futuro promissor e de várias possibilidades para os habitantes do DF.

29 de junho[10] (material jornalístico Metrópoles | evento audiência pública no Senado Federal em 25 de junho) **-** No segmento Educação, professor de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de Brasília (UnB) faz críticas aos segmentos Político (deputados distritais da CLDF) e Empresarial (entidades de classe e empresários) pela forma como o PPCUB foi aprovado e seu viés direcionado aos interesses privados, mas faz uma ressalva ao papel desempenhado pelos servidores da CLDF no desenvolvimento dos relatórios técnicos sobre a temática. O professor faz movimentos de dissenso e de consenso, ou seja, no segmento parlamentar, a parte política não ter seguido as orientações técnicas e não ter considerados as normativas existentes e, portanto, ainda há uma tentativa de Comunicabilidade com esse ator decisório (Político | Casa Legislativa); no segmento profissional (pares), alinhamento no pensamento ideológico com a visão mais conservadora e preservacionista da cidade de Brasília; no segmento entidade Empresarial, distanciamento aberto ao pensamento econômico desses.

12 de agosto[11] (evento transmitido e coletiva de imprensa | material Correio Braziliense | dia de sanção do PPCUB) - No segmento Política, gestores do GDF e apoiadores parlamentares da CLDF prestam contas sobre a legislação que virá e respondem aos

[10] https://www.facebook.com/reel/516501827371100
[11] https://www.youtube.com/watch?v=sMzf3QoGggs

dissensos comunicacionais durante o processo (aprovação na CLDF até o momento presente). “40 vetos. 10 planilhas. 4 vetos em cada”. “O governador com a sensibilidade de que a população não gostou, sugeriu o veto e está sendo vetado todo o artigo 151” (Seduh). “Prevaleceu de novo a vontade do povo, prevaleceu a vontade popular, porque o governador tem sensibilidade. (...) artigos inclusive que foram vetados que eu gostaria que tivessem sido sancionados. Eu queria, mas valeu aquilo que era vontade do povo. (...) dizer que a oposição não foi ouvida não é verdade. Quantas emendas da oposição foram acolhidas e não foram vetadas pelo governador (...) (CLDF, presidente da Mesa Diretora). “Quero agradecer a todo setor produtivo do Distrito Federal pela compreensão. Não foi fácil, mas com o apoio que nós temos da sociedade, com o apoio que nós temos dentro da Câmara Legislativa e, com o apoio de nossas equipes técnicas, nós conseguimos avançar. (...) Agora a gente vai dialogar com os diversos setores para que a gente tenha uma implantação a mais pacífica possível. Muito obrigado a todos pela confiança e que Deus abençoe” (GDF, governador).

Nas três falas governamentais, percebe-se o movimento de consensos e dissensos de Comunicabilidades seja no apoio direto a seus grupos políticos e socioculturais ou ainda nas respostas às críticas ao projeto com ênfase a aspectos emocionais do atual governador (sensibilidade) e do mesmo em envolver assuntos como confiança (pilar de uma Comunicação essencialmente humana) e espiritualidade (Deus abençoe). Nessa etapa do processo comunicacional, os atores do segmento Política destacam a vitória deles em terem ultrapassado obstáculos (críticas de vários segmentos) e abrem um convite à participação (a gente vai dialogar com os diversos setores) com uma intenção comunicacional (uma implantação a mais pacífica possível). Percebe-se, na fala do GDF, o uso do recurso comunicacional do controle para a condução de sua gestão na implementação do projeto, portanto as Incomunicabilidades ainda perpassam por se ignorar o tema participação e, consequentemente, não representar o processador comunicacional interação como um recurso baseado no interesse coletivo comum.

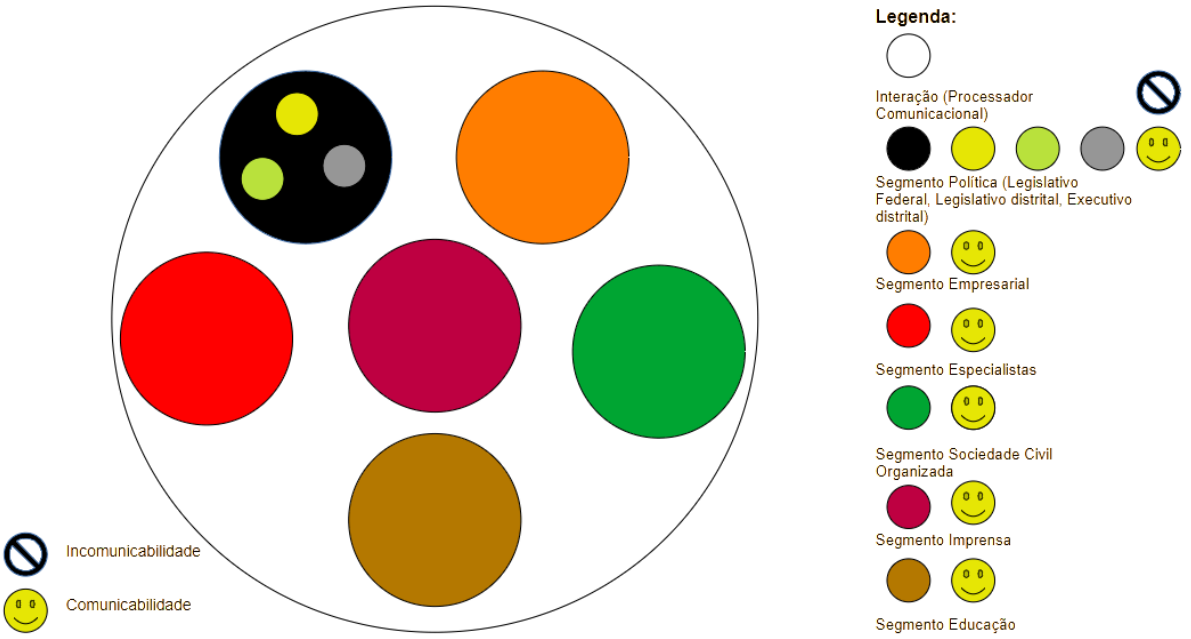
19 de agosto[12] (material explicativo sobre as mudanças trazidas pelo PPCUB no portal G1). No segmento Sociedade Civil Organizada, uma associada do Instituto de Arquitetos do

[12] https://g1.globo.com/df/distrito-federal/ao-vivo/ppcub-o-que-muda-com-nova-lei-que-permite-modificacoes-na-area-tombada-de-brasilia.ghtml

Brasil (IAB-DF) critica a condução gestora e política do PPCUB: “Se aprovado da forma que está, sem debates, sem outras atividades, centralizando poder numa única pasta, sem Comitê Gestor, sem participação da sociedade civil organizada, a gente corre risco de perder o único título de patrimônio mundial”. Existe um tensionamento comunicacional focado em gerar dissenso direcionado ao segmento Política (Legislativo e Executivo distritais) e, ao mesmo tempo, coloca sua entidade representativa (“Sociedade Civil Organizada”) como um ator importante no debate público para o PPCUB. Nesse sentido, apela para a emoção medo já que a narrativa “Brasília, patrimônio mundial” foi utilizada em vários momentos pelos atores e possui, no imaginário coletivo, uma significação simbólica para a capital Brasília.

Após a análise do caso PPCUB, seguem duas ilustrações. Na Figura 1, um conjunto fechado que representa o processador comunicacional Interação com os segmentos (Política, Empresarial, Especialistas, Sociedade Civil Organizada, Imprensa e Educação) e seus movimentos de Comunicabilidades, sendo que apenas o segmento Política constrói Incomunicabilidades. Na Política, há o Legislativo Federal, o Legislativo Distrital e o Executivo Distrital que compõem o segmento Política. Na Figura 2, as etapas do processamento comunicacional que acontece desde o debate na CLDF até a fase de moderação dos dissensos conduzida pelo GDF.

Figura 1 – Processador Comunicacional Interação no caso PPCUB



Fonte: Autoria própria

Figura 2 – Processamento Comunicacional no caso PPCUB



Fonte: Autoria própria

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir da observação das interações internas e externas inter e entre os segmentos para o debate público sobre o PPCUB, constata-se que a maioria dos atores sociais faz movimentações de Comunicabilidades em suas falas em dois subtipos: consensos quando o interesse baseia-se na articulação com outros grupos para o fortalecimento político desses e a convergência de discursos para uma pauta unificada (preservar e conservar Brasília enquanto patrimônio mundial); dissensos quando o enfrentamento discursivo e ideológico está como principal tônica da Comunicação entre os atores seja pela crítica direta aos

oponentes ou seja pelo apelo da memória afetiva e da relação de pertencimento da população com Brasília, Distrito Federal.

Quanto às Incomunicabilidades, o segmento Política (Executivo distrital) faz a maior parte desse movimento seja ao ignorar críticas diretas (ausência de participação, forma de gerenciamento da condução do processo sociopolítico do PPCUB, exclusão social, questões ambientais envolvidas após a aplicação da lei após sua sanção e ausência de Comitê Gestor para a preservação de Brasília) ou seja ao adaptar falas acusatórias e afirmar o respeito a grupos minorizados (manutenção de reserva indígena), o veto a artigos questionados pela população, a escuta da oposição e a preservação de Brasília na normativa da lei complementar.

Dessa forma, conclui-se que o processador comunicacional interação funciona de maneira muito complexa nesse caso. Não há uma interação simultânea entre os atores ao mesmo tempo, mas existem movimentos de Comunicabilidades, assim observados: da Imprensa e da Educação para a Política e o Empresarial; da Política para a Imprensa e, dentro do próprio segmento, do Legislativo para o Executivo; do Empresarial e da Sociedade Civil Organizada para Política.

Por ser uma pauta de interesse público e a qual envolve também vários interesses de grupos, essa análise representa um fragmento com as opiniões e as análises técnicas e políticas de alguns grupos sociais, por isso esse estudo possui um viés elitista (não estão envolvidos discursos populares - lideranças de comunidades e de associações de bairros, por exemplo). Recomenda-se, portanto, que os próximos estudos avancem na direção de analisar outras vozes também pertencentes ao espectro social de Brasília e as quais serão impactadas futuramente com as mudanças arquitetônicas e urbanas desse ente federativo.

REFERÊNCIAS

BRAGA, José Luiz. Comunicação como trabalho da diversidade. **Revista Matrizes**, São Paulo: ECA/USP, v.16, n. 3 set./dez. 2022, p. 87-104, 2022. Disponível em: https://www.revistas.usp.br/matrizes/article/view/200818/190135. Acesso em 24 ago.2024.

BRAGA, José Luiz. Interação como contexto da Comunicação. **Matrizes**, São Paulo: ECA/USP v. 6, n. 1, 2012, p. 25-41. Disponível em: https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=143024819003. Acesso em 25 ago.2024.

BRAGA, J.L., RABELO, L., MACHADO, M., ZUCOLO, R., BENEVIDES, P., XAVIER, M.P., CALAZANS, R., CASALI, C., MELO, P.R., MEDEIROS, A.L., KLEIN, E., and PARES, A.D. **Matrizes interacionais:** a comunicação constrói a sociedade [*online*]. Campina Grande: EDUEPB, 2017, 449 p. Paradigmas da Comunicação collection. ISBN: 978-85-7879-572-6. https://doi.org/10.7476/9788578795726. Acesso em 25 ago.2024.

BRAGA, José Luiz. O desafio da interação humana e os processadores comunicacionais. **E-Compós**, *[S. l.]*, v. 26, 2023. DOI: 10.30962/ec.2784. Disponível em: https://e-compos.org.br/e-compos/article/view/2784. Acesso em: 25 ago. 2024.

CARRIJO, Ana J. de Freitas, SIGNATES, Luiz, SATLER, Lara Lima. Incomunicabilidade na internet: O especificamente comunicacional nas redes sociais de adolescentes goianos. **E-Compós**, 25, 2022. https://doi.org/10.30962/ec.2538. Disponível em: https://www.e-compos.org.br/e-compos/article/view/2538. Acesso em 24 ago.2024.

FUMEC. **Metodologia Científica:** a Ciência e seus métodos. Belo Horizonte, 2013.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social.** 6ª ed. São Paulo: Editora Atlas S.A., 2008.

SEDUH - Secretaria de Desenvolvimento Urbano e Habitação do DF. **O que é PPCUB.** Disponível em: https://sistemas.df.gov.br/PPCUB_SEDUH/. Acesso em 24 ago.2024.

SIGNATES, Luiz. Por uma metateoria das tensões comunicacionais: fundamentos para um objeto metateórico na ciência da comunicação. In: 31º Encontro Anual da Compós, Universidade Federal do Maranhão, Imperatriz - MA, 2022. **Anais.** Disponível em: https://proceedings.science/compos/compos-2022/trabalhos/por-uma-metateoria-das-tensoes-comunicacionais-fundamentos-para-um-objeto-metate?lang=pt-br. Acesso em 25 ago.2024.

SIGNATES, Luiz. Comparatismo tensional da Comunicação: uma alternativa metateórica de combate à dispersão. In: 32º Encontro Anual da Compós, USP, São Paulo - SP, 2023. **Anais.** Disponível em: https://proceedings.science/compos/compos-2023/trabalhos/comparatismo-tensional-da-comunicacao-uma-alternativa-metateorica-de-combate-a-d?lang=pt-br. Acesso em 25 ago.2024.

Os autores são responsáveis pela fidedignidade dos dados apresentados.

DIÁRIO DE GUERRA: A NARRATIVA DE HASAN RABEE SOBRE GAZA E O DESAFIO À REPRESENTAÇÃO MIDIÁTICA

Stefany Alfredo[1]

RESUMO

Este estudo analisa o "Diário de Guerra" de Hasan Rabee no Instagram durante o conflito em Gaza. O objetivo é examinar como suas postagens documentam a crise humanitária e expõem a realidade dos civis palestinos. A pesquisa utilizou análise de conteúdo das publicações, destacando a marginalização e a exclusão dos afetados. Os resultados indicam que Rabee desafiou narrativas hegemônicas, promovendo conscientização global e empatia. Assim, sua voz é crucial na luta por justiça e solidariedade.

Palavras-chave: Gaza, Hasan Rabee, crise humanitária, redes sociais, direitos humanos.

WAR DIARY: HASAN RABEE'S NARRATIVE ON GAZA AND THE CHALLENGE TO MEDIA REPRESENTATION

ABSTRACT

This study analyzes Hasan Rabee's "War Diary" on Instagram during the Gaza conflict. The aim is to examine how his posts document the humanitarian crisis and expose the reality of Palestinian civilians. The research employed content analysis of the posts, highlighting the marginalization and exclusion of those affected. The findings indicate that Rabee challenged hegemonic narratives, promoting global awareness and empathy. Thus, his voice is crucial in the fight for justice and solidarity.

Keywords: Gaza, Hasan Rabee, humanitarian crisis, social media, human rights.

INTRODUÇÃO

O "Diário de Guerra" refere-se a um conjunto de postagens no Instagram feitas por Hasan Rabee, um palestino naturalizado brasileiro, durante o conflito em Gaza, que teve início em 7 de outubro de 2023, após um ataque do grupo Hamas em território israelense, desencadeando uma resposta militar de Israel. A região, marcada por décadas de tensões, tornou-se o epicentro de uma crise humanitária severa, com milhares de mortes e deslocamentos. Em meio a esse cenário, Rabee usou suas redes sociais para documentar o

[1] Acadêmico(a) do curso de Mestrado em Comunicação e Práticas de Consumo da Escola Superior de Propaganda e Marketing. E-mail: stefany.alfredo@acad.espm.br. Este trabalho foi realizado com apoio financeiro do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq) por meio da concessão de bolsas de estudos 130338/2024-9.

cotidiano sob os bombardeios, oferecendo relatos pessoais e vídeos em tempo real, o que levou a mídia brasileira a rotular suas postagens como um "Diário de Guerra".

Este artigo tem como objetivo examinar como a mídia brasileira rotulou as postagens de Hasan Rabee no Instagram como um "Diário de Guerra", investigando os critérios utilizados pela imprensa para construir essa narrativa. Para isso, foi realizado um recorte temporal entre 7 de outubro e 14 de novembro de 2023, período que marca o início do conflito e a repatriação de Rabee para o Brasil. Durante esse período, Rabee publicou 137 conteúdos no Instagram. No entanto, para os fins deste estudo, foram analisados apenas os vídeos cuja autoria de Rabee foi confirmada, nos quais ele aparece diretamente ou narra os acontecimentos. Essa escolha se baseia na premissa de que os vídeos capturam de forma mais autêntica os eventos vividos e, por isso, atraíram maior atenção da mídia tradicional, contribuindo para a construção da narrativa do "diário de guerra".

Dessa forma, este artigo analisa 24 vídeos selecionados a partir dessa pesquisa, fornecendo uma tabela com a classificação dos conteúdos. O objetivo é compreender como essas publicações foram interpretadas pela mídia e como influenciaram a percepção pública e mediática do conflito em Gaza. A análise pretende, também, discutir as implicações éticas e comunicacionais da produção de conteúdo em cenários de guerra e como as redes sociais se tornam plataformas de cidadania e resistência.

A fundamentação teórica deste artigo baseia-se nas contribuições de Edward Said e Stuart Hall. Said, em *Orientalismo*, oferece uma análise crítica de como o Ocidente constrói narrativas sobre o Oriente, o que contribui para compreender como as postagens de Rabee sobre Gaza foram enquadradas pela mídia brasileira. Hall, com sua abordagem sobre diáspora e identidade cultural, ajuda a entender como Rabee, enquanto palestino naturalizado brasileiro, articula suas experiências de deslocamento e de guerra por meio de suas postagens no Instagram. Dessa forma, Rabee emerge como um "cidadão midiático", documentando e denunciando as violências em Gaza, utilizando as redes sociais como espaço para expressar e construir sua identidade em um contexto global.

DESENVOLVIMENTO

O desenvolvimento deste artigo é pautado por uma pesquisa qualitativa, com um

caráter descritivo-exploratória, que busca compreender a construção da narrativa do "Diário de Guerra" nas postagens de Hasan Rabee. A pesquisa visa analisar como suas publicações foram percebidas pela mídia brasileira e quais critérios foram utilizados para rotulá-las.

Para isso, foi realizado um levantamento sistemático das postagens de Hasan Rabee no Instagram, durante o período de 7 de outubro a 14 de novembro de 2023. Este recorte temporal coincide com o início do conflito em Gaza e a repatriação do autor. A pesquisa exploratória foi realizada a partir da coleta de dados das publicações, totalizando 137 conteúdos postados por Rabee nesse intervalo.

Entretanto, para caracterizar um "Diário de Guerra" e discutir a forma como a mídia interpretou essa narrativa, foram selecionados 24 vídeos que se destacam pela autoria confirmada de Rabee e pela sua representação direta dos acontecimentos. A escolha de vídeos, em vez de outros formatos, se justifica pelo fato de que esse meio oferece uma comunicação mais rica e imediata dos eventos, revelando a vivência do autor em um contexto de guerra e, portanto, atraindo maior atenção da mídia tradicional.

Os dados coletados foram organizados em uma tabela, na qual cada vídeo foi classificado de acordo com critérios como data da postagem, tema abordado, e o tipo de mensagem veiculada. Essa sistematização permite uma análise mais aprofundada do conteúdo e do impacto emocional das postagens, além de facilitar a identificação de padrões e tendências nas narrativas construídas.

Na seção de resultados, serão apresentadas as análises e reflexões a partir dos dados coletados, destacando como as postagens de Rabee influenciaram a percepção pública e mediática sobre a situação em Gaza, assim como as implicações éticas e comunicacionais envolvidas na produção e disseminação desse tipo de conteúdo em contextos de conflito.

RESULTADOS E DISCUSSÕES

Hasan Rabee é um brasileiro-palestino que chegou ao Brasil em 2014 como refugiado de Gaza, tendo obtido sua naturalização em 2015. Ele se casou com Dayana Abosalem e teve duas filhas, estabelecendo-se em São Paulo, onde trabalhava como vendedor de celulares. Pouco antes do início do conflito em 7 de outubro de 2023, Hasan, sua esposa e filhas estavam em Gaza visitando a família e acabaram presos na Faixa de Gaza, aguardando repatriação pelas Forças Aéreas Brasileiras por 35 dias. Durante esse período, ele

relatou os acontecimentos e tragédias que presenciou. Em 12 de novembro de 2023, cruzaram a fronteira, chegando ao Brasil no dia seguinte. Hasan foi um dos 34 estrangeiros incluídos na lista de autorizados a passar pela fronteira, conforme divulgado pelo Governo Federal em 10 de novembro de 2023. Após retornar ao Brasil e postar uma foto ao lado do presidente Lula em 14 de novembro, Hasan enfrentou uma intensa campanha de desinformação promovida pela extrema direita. A partir daí, ele continuou sua luta para mostrar apoio ao povo palestino e denunciar o genocídio perpetrado por Israel, buscando destacar as áreas em que Israel falha em agir com responsabilidade humanitária.

Um autor fundamental com quem Said dialoga em "Orientalismo" é Gramsci, que afirma: "O ponto de partida da elaboração crítica é a consciência do que você realmente é, é o 'conhece-te a ti mesmo' como um produto do processo histórico até aquele momento, o qual depositou em você uma infinidade de traços, sem deixar um inventário" (Gramsci apud Said, 2007, p.49). Rabee, com sua dupla vivência cultural como brasileiro-palestino, não precisou recorrer a estratégias de engajamento no Instagram para aumentar ou legitimar sua credibilidade. O chamado "diário de guerra" foi assim nomeado não por ele, mas por alguns jornais como O GLOBO (2023), que reconheceram a transparência em mostrar o que estava vivenciando, sem compromisso com o certo ou errado, o bonito ou o feio, como frequentemente é feito na mídia. Foi um exercício genuíno de autoconhecimento sobre suas vivências e as dificuldades impostas pela guerra.

Este artigo se concentra nos 15 dias e nos 24 vídeos publicados durante o período de 07 de outubro a 14 de novembro, que são esporádicos e não seguem uma frequência regular de datas, iniciando em 15 de outubro, quando Hasan postou um vídeo, e terminando em 13 de novembro, o último dia com vídeo antes da foto ao lado de Lula postada no dia seguinte. Ao classificar os assuntos dos respectivos dias, foram definidos cinco tópicos: 1) bombardeios, 2) situação do povo palestino, 3) falta de recursos básicos, 4) atualizações sobre a obtenção de suprimentos e 5) tratativas da fronteira. Essa classificação visa à melhor compreensão das trajetórias narradas no "Diário de Guerra" e seus desafios, estabelecendo um diário detalhado desde o início até o fim da jornada de repatriação. Segue abaixo o Quadro 1, que representa o segundo recorte da pesquisa exploratória, após o filtro de conteúdos com a certeza da autoria de Hasan. A primeira coluna de datas inclui 15 dos 16 dias filtrados, com exceção do último dia em que Hasan não publicou vídeo,

consequentemente não se enquadrando no Quadro 1. A segunda coluna do Quadro 1 representa 23 legendas postadas em cada vídeo; há 24 vídeos, porém a live não obteve legenda. Por último, a terceira coluna segue a classificação de assuntos com base em toda a produção audiovisual dos Reels, conforme mostrado no Quadro 1 abaixo:

Quadro 1 – Organização dos vídeos e assuntos de Hasan Rabee no Instagram 2023.

15/10/2023	"Isso que está acontecendo no khan Yonis a onde eu estava procurando comida e carregar celula"		1. Bombardeios: Detalhes sobre bombardeios específicos em Khan Yonis.
23/10/2023	"Sera As barracos protegem das bombas israelenses?"		2. Situação do povo Palestino: Condições gerais de vida e moradia.
24/10/2023	"Vc imagina ficar mais do três horas para conseguir um kilo pão?? O que Israel está a fazer é deixa povo passar fome em Gaza"	"18 dias sem eletricidade, água e gás de cozinha, bombardeios indiscriminados e aviões de reconhecimento e de guerra assustadores."	3. Falta de recursos básicos: Eletricidade, água, gás, pão. + 1. Bombardeios.
25/10/2023	"Que agente está passando agora"		3. Falta de recursos básicos: Eletricidade, água, gás, pão.
29/10/2023	"Assim minha filha quando ela houvi as bombas caindo triste"	"Achei agua depois 3 dias de falta , obrigado governo federal e Embaixador Alessandro que está apoiando os brasileiros 24 horas obrigado Presidente @lulaoficial pelo essa esforço de ajuda de cidadãos"	1. Bombardeios. + 4. Atualizações sobre obtenção de suprimentos essenciais.
30/10/2023	"Próxima a onde agente mora muito gente feridos Muito triste"		1. Bombardeios: Detalhes sobre bombardeios específicos e suas localizações.
03/11/2023	"Triste que povo vive hoje em Faixa De Gaza"		3. Falta de recursos básicos: Eletricidade, água, gás, pão.

04/11/2023	“Carreguei baterias 🔋 de Iphone e do Internet hoje , e achamos pouco comida”		4. Atualizações sobre obtenção de suprimentos essenciais.
06/11/2023	“A fronteira está aberta”	“Jeito para fazer pão agora , hoje 31 dias sem luz e agua e condições da vida”	5. Fronteira: Movimentações e esperas na fronteira. + 4. Atualizações sobre obtenção de suprimentos essenciais.
07/11/2023	“Biscoitos que está próximo validade , ajuda humanitária para #Gaza”		2. Situação do povo Palestino: Condições gerais de vida e moradia.
08/11/2023	“Bombardeio não para , registro agora Khan younis”		1. Bombardeios: Detalhes sobre bombardeios em Khan younis.
10/11/2023	“Mais difícil na minha vida deixa a minha mãe e dous irmãs e viajar e elas estão sem condições de vida , espero essa segunda lista de familiares sair logo como prometer o presidente @lulaoficial”	“Ainda manter fichada por falta de entrada de feridos , esperamos ser aperta na próxima horas”	5. Fronteira: Movimentações e esperas na fronteira.
11/11/2023	**Live sem legenda**		2. Situação do povo Palestino: Condições gerais de vida e moradia. + 5. Fronteira: Movimentações e esperas na fronteira.
12/11/2023	Vivia consigamos	Viva brasil 🇧🇷 viva @lulaoficial obrigado Presidente	5. Fronteira: Movimentações e esperas na fronteira. + 3. Falta de recursos básicos: Eletricidade, água, gás, pão
	As crianças brasileiras hoje , Alegria dele na parada para almoçar na praia do AlArish na Egito	Quando eu estava indo para fronteira gravei essa vídeo que muito gente esta na filha de espera para pega pão o pior que a Padaria estava fichada ainda	

13/11/2023	Vamos para aeroporto de Cairo agora depois ate Brasília	Que alegria	5. Fronteira: Movimentações e esperas na fronteira.
	Que palavras linda de @governodobrasil agradeço muito eles e @itamaratygovbr e presidente de república senhor @lulaoficial , estamos na aeroporto para embarcar na voo do @fab_oficial		

Fonte: Elaborado pelo autor.

Stuart Hall, em 'Da Diáspora' (Hall, DA DIÁSPORA, 2023, p. 230), discute como a mídia popular é organizada pelo capital para as classes trabalhadoras, embora enraizada na cultura. Mark Fisher, em seu livro 'Realismo Capitalista', amplia essa analogia ao examinar o antagonismo interno do trabalho. Ele observa que as disputas de classes não são apenas externas, mas também internas, refletindo o que Hall denomina como a organização do 'povo' pelo capital. Fisher explora o paralelo com o povo judeu, destacando seu histórico de escravidão e a incerteza em relação ao futuro, enfatizando a necessidade contínua de ação, independentemente da clareza sobre os próximos passos.

Durante o mês de outubro, Hasan Rabee compartilhou uma série de vídeos documentando sua angustiante experiência em Gaza. No dia 15, ele postou um vídeo mostrando sua busca desesperada por comida e a luta para carregar o celular, enquanto relatava bombardeios e a destruição ao seu redor. Em 23 de outubro, criticou a cobertura da mídia brasileira sobre a miséria das pessoas vivendo em barracas após perderem suas casas, fazendo um apelo pelo fim da guerra. No dia 24, Hasan publicou um vídeo sobre as longas filas para conseguir pão, ressaltando a fome enfrentada pelo povo palestino, e no dia 25, sua esposa falou sobre a escassez de água potável e gás de cozinha, expressando o temor de que poderiam morrer de sede ou fome.

No dia 29, Hasan postou dois vídeos, um mostrando a tristeza de sua filha ao ouvir as explosões e outro em que agradeceu ao governo brasileiro pela água potável que conseguiu após dias de busca. No dia 30, ele compartilhou um vídeo de uma casa bombardeada nas proximidades de sua residência, lamentando o número de feridos e a devastação da guerra, enquanto registrava o esforço dos civis para resgatar os moradores do local. Esses vídeos revelam a realidade crítica que a família enfrenta, além de gerar discussões entre os seguidores sobre iniciativas de ajuda ao povo palestino.

No dia 3 de novembro, Hasan Rabee compartilhou um vídeo com a legenda “Triste que povo vive hoje em Faixa de Gaza”, onde aparece andando na rua em busca de água e comida. Ele menciona que sua família tem apenas uma pequena quantidade de água mineral, suficiente para um dia, e observa muitas pessoas passando mal e com fome. Rabee ressalta a escassez de alimentos nos mercados, como arroz, macarrão, farinha e pão, além da falta de gás, energia elétrica e água encanada. Ele expressa sua incerteza sobre o retorno a São Paulo e descreve a situação como um massacre e uma limpeza étnica contra o povo palestino.

Em 4 de novembro, Rabee postou um vídeo em uma charrete, explicando que conseguiu carregar as baterias dos celulares da família, mas encontrou pouca comida. Ele destaca o uso de charretes como meio de transporte devido à escassez de combustível em Gaza. No dia 6, compartilhou dois vídeos: um expressando esperança sobre a abertura da fronteira e outro mostrando sua mãe fazendo pão em um forno a lenha, enquanto enfrentam a escassez de farinha e água. Ele relata a grave crise alimentar em sua casa, onde aproximadamente 40 pessoas estão abrigadas.

No dia 7, Hasan criticou a qualidade dos biscoitos recebidos como ajuda humanitária, evidenciando a insuficiência da assistência. Em 8 de novembro, ele gravou um vídeo durante intensos bombardeios, documentando a situação de terror em Khan Younis. No dia 10, Hasan postou dois vídeos, um onde lamenta deixar sua mãe e irmãs para viajar e outro mostrando a fronteira ainda fechada, aguardando a entrada de feridos. Em uma transmissão ao vivo no dia 11, ele discutiu a situação crítica de sua família e a escassez de recursos, ressaltando a exclusão da maioria da população das ajudas humanitárias.

No dia 12, Hasan compartilhou uma série de vídeos significativos, mostrando-se ao lado da família esperando a abertura da fronteira. Ele expressou gratidão ao governo brasileiro e ao presidente Lula, destacando momentos de alegria, como crianças correndo na praia após 35 dias de confinamento. Por fim, postou um vídeo dentro do ônibus a caminho do aeroporto no Egito, indicando que em breve estariam partindo para Brasília, simbolizando uma esperança de fuga da situação crítica em Gaza.

Em uma entrevista para a Band em 14 de novembro (2023), Hasan foi questionado sobre o que o motivou a informar os brasileiros sobre o que estava acontecendo em Gaza. Hasan Rabee respondeu que seu objetivo era mostrar apenas 1% do que estava ocorrendo na região. Ele explicou que não divulgou muitas informações devido ao perigo envolvido,

mencionando que mais de quarenta jornalistas foram assassinados, o que levou sua própria família a pedir que ele interrompesse as divulgações. Apesar das ameaças, Hasan continuou seu trabalho, consciente de que mesmo médicos, professores e pessoas protegidas estavam sendo mortos. O autor Stuart Hall nos lembra que "A 'transformação cultural' é um eufemismo para o processo pelo qual algumas formas e práticas culturais são expulsas do centro da vida popular e ativamente marginalizadas" (Hall, DA DIÁSPORA, 2023, p. 228).

Hasan Rabee utilizou suas postagens no Instagram durante o conflito em Gaza para documentar as consequências devastadoras sobre as crianças, que representaram cerca de 30% das suas 135 publicações. Seu conteúdo diversificado incluiu vídeos e fotos que testemunharam diretamente o sofrimento desses jovens, muitos dos quais foram mortos ou gravemente feridos em meio aos bombardeios e à violência indiscriminada. Hasan capturou momentos de resgate, mostrando crianças sendo retiradas dos escombros, algumas feridas e traumatizadas, e outras que não sobreviveram. Ele utilizou sua plataforma para sensibilizar o público sobre essas perdas irreparáveis e para denunciar os horrores infligidos às crianças palestinas em um conflito profundamente traumático e desumano.

No contexto das postagens de Hasan Rabee sobre o conflito em Gaza, seu papel crucial em expor as consequências humanitárias e os impactos devastadores da guerra se torna evidente. Suas publicações não apenas documentaram tragédias individuais, mas também aumentaram a conscientização global sobre a realidade complexa e dolorosa enfrentada pela população civil em meio ao conflito. As imagens e relatos de Hasan não apenas geraram comoção pública, mas também pressionaram por ações internacionais e solidariedade humanitária. Enquanto o conflito entre Hamas e Israel persiste, o povo palestino continua a sofrer. Analisar o "Diário de Guerra" de Hasan Rabee é perceber a urgência de reconhecer e abordar o verdadeiro impacto humanitário dessa crise. Edward Said nos convida a desaprender as visões estereotipadas do Oriente, e este artigo busca honrar figuras corajosas como Hasan Rabee, avançando em direção a uma compreensão mais justa e inclusiva dos conflitos globais.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Nas considerações finais deste estudo sobre o "Diário de Guerra" de Hasan Rabee, é

fundamental refletir sobre o impacto das suas postagens no Instagram durante o conflito em Gaza. Hasan desempenhou um papel vital ao documentar e compartilhar as realidades brutais vividas pela população civil palestina, expondo as consequências devastadoras do conflito. Suas publicações não apenas informaram o público global, mas também despertaram uma conscientização urgente sobre a crise humanitária em Gaza, pressionando por ações internacionais e solidariedade.

A citação de Stuart Hall, após uma análise crítica de Foucault e em referência ao trabalho de Butler, ressalta como as identidades são construídas através da exclusão, marginalizando sujeitos e criando uma dicotomia entre o "nós" e o "eles". No contexto de Hasan Rabee, suas postagens desafiaram essa narrativa ao dar voz aos marginalizados e abjetos, revelando a humanidade e o sofrimento dos indivíduos afetados pela guerra. Nesse sentido, Néstor García Canclini nos lembra que a cultura é um campo de disputas onde os sentidos são constantemente negociados, e as representações podem servir tanto para reforçar desigualdades quanto para contestá-las.

É imperativo continuar investigando e ampliando essas vozes silenciadas no Oriente Médio, onde aqueles que se levantam para relatar os horrores enfrentam ameaças e perseguições. Hasan Rabee exemplifica a coragem necessária para enfrentar a opressão e a censura, destacando a importância de apoiar e proteger aqueles que buscam justiça e visibilidade em contextos de conflito e guerra.

Ao encerrar este estudo, é crucial não apenas lembrar das contribuições de Hasan Rabee, mas também continuar promovendo um entendimento mais profundo e empático das complexidades dos conflitos globais e das lutas por justiça e direitos humanos. A voz de Hasan Rabee ecoa como um lembrete poderoso de que a resistência e a solidariedade são essenciais para construir um mundo mais justo e pacífico para todos.

REFERÊNCIAS

AMÂNCIO, Túlio. BandNews TV entrevista Hasan Rabee, brasileiro repatriado. **BandNews**, 14 de nov. de 2023. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=3jiDIwmXSzk&t=442s. Acesso em: 17 mai. 2024.

CANCLINI, Néstor García. **Consumidores e cidadãos:** conflitos multiculturais da globalização. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 2001.

DUNDER, Karla. Conectada, mas desigual: como é a economia de Israel e quais os impactos da guerra. **CNN**, 14 de nov. 2023. Disponível em: https://www.cnnbrasil.com.br/economia/conectada-mas-desigual-como-e-a-economiadeisrael-e-quais-os-impactos-da-guerra/. Acesso em: 17 mai. 2024.

FISHER, Mark. **Realismo capitalista:** é mais fácil imaginar o fim do mundo do que o fim do Capitalismo? São Paulo: Ed. Autonomia Literária, 2020.

G1. Número de palestinos mortos em ofensiva israelense em Gaza ultrapassa 35 mil, diz ministério da Saúde, controlado pelo Hamas. **G1**, 13 de mai. de 2024. Disponível em: https://g1.globo.com/mundo/noticia/2024/05/13/numero-de-palestinos-mortosemofensiva-israelense-em-gaza-ultrapassa-35-mil-diz-ministerio-da-saude-controladopelohamas.ghtml. Acesso em: 17 mai. 2024.

GLOBO. Hasan Rabee: Quem é o palestino com cidadania brasileira que fez 'diário de guerra' nas redes. **O GLOBO**, 12 de nov. de 2023. Disponível em: https://oglobo.globo.com/mundo/noticia/2023/11/12/hasan-rabee-quem-e-o-palestinocom cidadania-brasileira-que-fez-diario-de-guerra-nas-redes.ghtml. Acesso em: 17 mai. 2024.

HALL, Stuart. **Identidade e diferença:** Quem precisa da identidade. In: SILVA, Tomaz Tadeu da (org). Petrópolis: Vozes, 2026, p. 103-131.

HALL, Stuart. **DA DIÁSPORA:** Identidades e mediações culturais. Tradução: Adelaine La Guardia Resende… et al. Belo Horizonte: UFMG, 2003, p. 228-370.

RABEE, Hasan. **@hasan.rabee.** Instagram, 2023. Disponível em: https://www.instagram.com/p/CznPUcaNphW/?hl=pt&img_index=1. Acesso em: 28 mai. 2024.

SAID, Edward. **Orientalismo:** O oriente como invenção do Ocidente. Tradução: Rosaura Eichenberg. Companhia de Bolso, 2007.

UNIDAS, Nações. A/HRC/55/73: Relatório do Relator Especial sobre a situação dos direitos humanos nos territórios palestinos ocupados desde 1967. **Nações Unidas**, 25 de mar. de 2024. Disponível em: https://www.ohchr.org/en/documents/countryreports/ahrc5573report-special-rapporteur-situation-human-rights-palestinian. Acesso em: 17 mai. 2024.

O(s) autor(es) é(são) responsável(is) pela fidedignidade dos dados apresentados.

QUEM SÃO OS LEITORES DO JORNAL UFG: PRIMEIRAS IMPRESSÕES

Kharen Stecca Steindorff[1]

RESUMO

O artigo propõe analisar dados preliminares da pesquisa de recepção sobre o Jornal UFG, veículo de comunicação produzido pela Secretaria de Comunicação da Universidade Federal de Goiás. Esse estudo objetiva conhecer quem é o público leitor do Jornal UFG e como ele constrói suas percepções sobre a comunicação de assuntos de ciência no veículo. O trabalho analisa uma parte das respostas fechadas da amostra dos questionários que trataram sobre o perfil do respondente da pesquisa, alcance e percepções sobre os conteúdos considerados institucionais ou de ciência pelos leitores. Também analisamos a opinião quanto ao Jornal ser impresso e qual a opinião deles com relação a produção do Jornal UFG com participação do leitor. O artigo também faz uma comparação com os dados da pesquisa de Percepção Pública da Ciência 2023 que levantou a percepção dos brasileiros sobre a ciência no país. Entre as impressões percebemos um público leitor vinculado à instituição, embora exista interesse fora dela, mas o alcance reduzido dificulta que esse material chegue ao público externo de forma efetiva. Quanto à percepção de que o Jornal UFG é um veículo mais institucional do que de ciência, levantamos a hipótese dessa vinculação direta à instituição como algo que corrobora com a credibilidade do material produzido e o interesse pela informação com conteúdo de ciência produzido pela universidade. A unanimidade na concordância de que o jornalismo pode ser feito com a participação do leitor corrobora com a percepção pública da ciência de que o brasileiro tem interesse, acredita no seu papel social e cidadão na construção dela e confia nas instituições e no jornalismo como fonte dessa ciência. Os dados mostram que há espaço para um maior alcance da ciência produzida pela universidade, mas que é preciso pensar novas estratégias que conversem com essas expectativas e possam auxiliar no alcance dessa produção. Pesquisas como essa são importantes para mostrar o potencial de crescimento do veículo e buscar recursos e fomento para a divulgação da ciência.

Palavras-chave: Jornal UFG; questionário; ciência; institucional; recepção.

WHO ARE THE READERS OF THE JOURNAL UFG: FIRST IMPRESSIONS

ABSTRACT

This article proposes the presentation and analysis of preliminary data from questionnaires answered virtually in a reception survey about the Journal UFG, communication vehicle produced by the Communications Secretariat of the Federal University of Goiás. The aim of this study is to understand who the readership of Jornal UFG is and how they build their perceptions about the communication of science topics in the outlet. The work analyzes part of the closed responses from the sample of questionnaires that addressed the profile of the survey respondents, reach, and perceptions about the content considered institutional or science-related by readers. We also analyzed their opinion about the newspaper being printed and their opinion about the production of Jornal UFG with reader participation. The article also compares it with data from the 2023 Public Perception of Science

[1] Mestranda do Programa de Pós-graduação em Comunicação e Informação da Universidade Federal de Goiás e orientada pelo professor Tiago Mainieri de Oliveira, email: kharen@ufg.br

survey, which assessed Brazilians' perception of science in the country. Among the impressions, we perceive a readership linked to the institution, although there is interest outside of it, but the limited reach makes it difficult for this material to reach the external public effectively. Regarding the perception that the UFG Journal is more of an institutional vehicle than a scientific vehicle, we hypothesize that this direct link to the institution is something that corroborates the credibility of the material produced and the interest in information with scientific content produced by the university. The unanimous agreement that journalism can be done with the participation of the reader corroborates the public perception of science, that Brazilians are interested, believe in their social and civic role in the construction of science, and trust institutions and journalism as a source of this science. The data show that there is room for a greater reach of science produced by the university, but that new strategies need to be devised that speak to these expectations and can help in the reach of this production. Research like this is important to demonstrate the growth potential of the vehicle and to seek resources and support for the dissemination of science.

Keywords: Jornal UFG; questionnaire; science; institutional; reception.

INTRODUÇÃO

O presente trabalho propõe a apresentação e análise dos dados prévios dos questionários respondidos virtualmente na pesquisa "A comunicação pública da ciência no Jornal UFG: um estudo de recepção". [2] A pesquisa é resultante da dissertação em andamento no Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal de Goiás. O trabalho propõe a utilização do conceito de Comunicação Pública da Ciência e, de especial atenção ao veículo de comunicação da Universidade Federal de Goiás, o Jornal UFG. O objetivo é conhecer quem é o público leitor do Jornal UFG e como ele constrói suas percepções sobre a comunicação de assuntos de ciência no veículo.

Neste artigo vamos analisar uma amostra dos questionários da pesquisa. Consideraremos algumas das perguntas com respostas fechadas e que trataram sobre o perfil dos participantes, alcance e percepções sobre os conteúdos serem considerados institucionais ou de ciência pelos leitores. Também analisamos a opinião quanto ao Jornal ser impresso e à participação do leitor no Jornal UFG.

Propomos a análise quantitativa dos formulários e reflexões sobre aspectos apontados pelos dados. Também fazemos uma comparação com os dados da pesquisa de Percepção Pública da Ciência 2023 (MCTIC, 2024), que levantou a percepção dos brasileiros sobre a ciência no país.

[2] O projeto de pesquisa cadastrado compõe a dissertação de Mestrado do Programa de Comunicação da Universidade Federal de Goiás com defesa prevista em 2025. Os dados aqui apresentados são parciais.

O INSTRUMENTO E A METODOLOGIA

Nesta amostra trabalharemos com dados quantitativos levantados nos questionários da pesquisa. Como ressalta Marconi e Lakatos (2003): “questionário é um instrumento de coleta de dados, constituído por uma série ordenada de perguntas, que devem ser respondidas por escrito e sem a presença do entrevistador”. O questionário foi aprovado pelo Comitê de Ética em Pesquisa da UFG em julho de 2024 e teve um pré-teste executado para averiguação no mês de agosto de 2024. O formulário foi realizado no formato online, por meio da ferramenta *Google Forms* e seus gráficos gerados utilizando a mesma ferramenta. A amostra foi feita com os primeiros 100 questionários respondidos.

O procedimento foi aplicado no mês de setembro de 2024, com divulgação nos canais de comunicação da Secretaria de Comunicação da Universidade Federal de Goiás, bem como contatos da pesquisadora e grupos de comunicadores goianos e de outros estados. Para efeitos deste artigo, vamos analisar parte das perguntas do questionário aplicado online para retirarmos as primeiras impressões sobre o público leitor.

É importante destacar que estudos de recepção têm crescido no país, mas ainda são incipientes. Quando se trata de estudos com a temática da divulgação científica, a amostra torna-se ainda menor. Escosteguy e Jacks (2005) no livro Comunicação & Recepção ressaltam que enquanto esse número de estudos não crescer, não é possível avançar efetivamente no entendimento das práticas de recepção.

O objetivo é que possamos trazer novas considerações sobre esse público leitor e como ele constrói suas percepções com base na comunicação pública da ciência realizada por um jornal universitário. Esperamos que, com estas indagações possamos trazer questionamentos que auxiliem não só a equipe da Secretaria de Comunicação da Universidade Federal de Goiás, mas de outras instituições de ensino superior, ampliando o conhecimento sobre o jornalismo produzido pelas universidades.

COMUNICAÇÃO PÚBLICA DA CIÊNCIA

A comunicação pública da ciência tem por objetivo “criar canais de integração da ciência com a vida cotidiana das pessoas” (Brandão, 2004, p. 3). Para Brandão, dois fatores contribuem para identificarmos a comunicação científica com comunicação pública: a divulgação científica, área tradicional da Ciência da Informação e a difusão científica, que é

um processo mantido pelo Estado com o objetivo de desenvolver o país e a sociedade. (Brandão, 2004, p.3).

A escolha da denominação Comunicação Pública da Ciência (CPC) neste trabalho se dá por uma opção da autora, considerando que o termo consegue abarcar melhor a proposta de uma comunicação mais voltada ao interesse público e, principalmente, com a participação do cidadão em sua elaboração. Como destaca Manso, o cidadão pode e deve assumir seu papel na produção do debate da ciência:

> A comunicação pública da ciência (CPC), como um espaço de oportunidades para (tensos) diálogos, é importante, entre outros aspectos, no sentido de trazer para o centro dos debates a figura do chamado cidadão (não especializado em ciência), estimulando a pluralidade de saberes e culturas. Tal posicionamento do cidadão, podendo assumir protagonismo científico, é algo desafiador, inclusive no sentido epistemológico, do que venha a ser esse cidadão revestido de capacidade e responsabilidade científico-social (e política) na contemporaneidade. (Manso, 2015)

Castelfranchi (2008a) também adepto deste conceito destaca que esse público "leigo" - com as devidas aspas necessárias ao considerar esse público como um não detentor de saberes - "pode e deve ser informado e esclarecido" (2008a, p. 233), mas mais do que isso, o cidadão: "é um sujeito [...] que 'participa', 'interage', que exige muito mais que a divulgação" (Castelfranchi, 2008a, p. 233).

Não por acaso, consideramos o estudo de recepção um caminho para entender o veículo e buscar novas trajetórias para o Jornal UFG. O veículo é produzido pela Secretaria de Comunicação da Universidade Federal de Goiás desde 2006. Tendo sido criado com uma perspectiva institucional, sempre esteve em seu projeto a busca por mostrar a pesquisa produzida pela Universidade Federal de Goiás. Ao longo dos anos, isso foi ganhando forma, a partir do aprimoramento do veículo e a capacitação e composição da equipe de comunicação do Jornal.

Para Castelfranchi (2008a) não há como produzir ciência desatrelada da realidade, da economia, política e da sociedade. E com base nisso, a "comunicação pública da ciência está se tornando menos uma opção e mais uma parte integrante do metabolismo da tecnociência" (Castelfranchi, 2010, p.18).

Para entender quem é essa sociedade, como ela se envolve com o Jornal UFG foi proposta uma pesquisa de recepção por meio de questionários com o público. Neste artigo, propomos uma análise prévia de parte dos dados dos questionários e algumas considerações

a partir dos dados coletados, iniciando a construção de hipóteses que serão detalhadamente estudadas posteriormente na dissertação.

A PESQUISA DE PERCEPÇÃO PÚBLICA DA CIÊNCIA 2023

Destacamos neste artigo alguns dados da pesquisa de Percepção Pública da Ciência de 2023 (MCTI, 2024). A pesquisa realizada com uma amostra de 1931 pessoas trouxe algumas percepções que podem nos guiar no entendimento dos dados recolhidos com o público leitor do Jornal UFG sobre o conteúdo de ciência produzido pelo Jornal.

A população brasileira tem interesse e consegue entender ciência: “Mais de 80% da população concorda que a maioria das pessoas é capaz de entender o conhecimento científico se ele for bem explicado (57% concordam totalmente e 27% concordam em partes)” (MCTIC, 2024). Destacamos que este é o papel da comunicação pública da ciência e dos veículos de divulgação científica: mostrar esses conteúdos utilizando de estratégias, entre elas, o jornalismo científico, para que o conteúdo seja acessível e popularizado junto à sociedade.

A ciência é tida como importante pela sociedade: 66% dos entrevistados responderam que a ciência e a tecnologia trazem só benefícios ou mais benefícios que malefícios para a sociedade - um dado em queda com relação ao ano de 2019, mas ainda alto. Já 82% consideram importante aumentar os investimentos nos próximos anos, o que significa apoio da sociedade na produção da ciência. E 89% dos entrevistados também concordam totalmente ou em parte que a população deve ser ouvida nas decisões de ciência e tecnologia: o que novamente destaca a importância do conceito proposto neste trabalho, o de comunicação pública da ciência, como um processo participativo, que considera a sociedade como imprescindível na construção dos conteúdos de ciência e nas escolhas sobre como deve ser utilizado os recursos públicos (MCTIC, 2024).

Quanto às fontes mais confiáveis indicadas pelos participantes, os jornalistas estão muito próximos dos médicos nas principais fontes de informação, o que também destaca o papel de veículos de comunicação que trabalham temas de ciência.

A pesquisa de Percepção Pública da Ciência mostra-se relevante por destacar impressões sobre como o público vê a ciência no país e nos dá pistas do que pode ser encontrado com o público do Jornal UFG. A partir dessas percepções analisaremos agora os dados iniciais da pesquisa com questionários realizados com este público.

DISCUSSÃO DOS DADOS

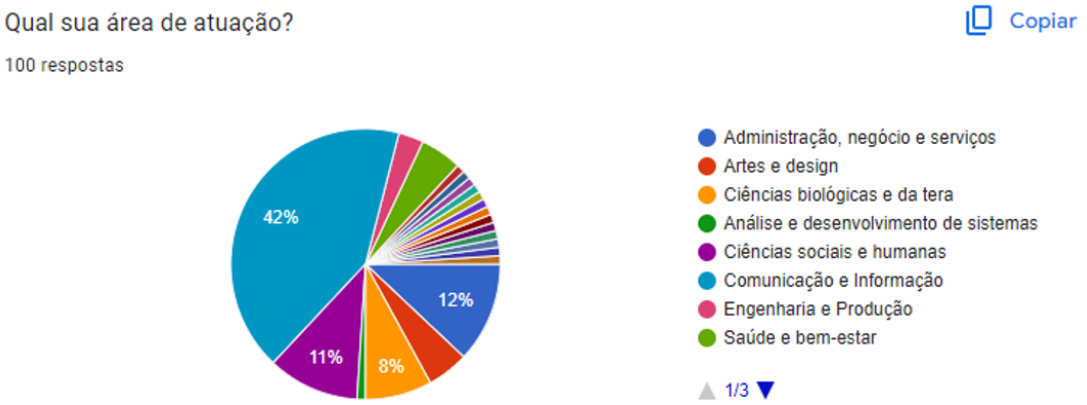
Destacaremos aqui alguns dos dados da pesquisa nos primeiros 100 participantes. Todos concordaram em participar da pesquisa e apenas 4% não concordaram que os dados sejam utilizados em pesquisas futuras. Destacamos que, esta pergunta torna-se relevante para que os dados possam ser utilizados em outras pesquisas da equipe da Secretaria de Comunicação da UFG, sabendo das limitações de tempo que um mestrado impõe.

QUEM É O LEITOR DO JORNAL UFG?

Quanto às áreas de atuação 42% eram da área de comunicação o que reflete uma maior participação de pessoas ligadas à área entre os leitores do Jornal UFG. Também utilizamos a estratégia de envio por quatro semanas consecutivas de mensagens aos possíveis respondentes. Diversos pesquisadores realizaram estudos que mostraram a eficácia de múltiplos contatos para aumento da taxa de respostas (Schaefer e Dillman, 1998).

Tivemos a aderência de diversos professores e agentes de comunicação na difusão deste material em seus grupos. Acreditamos que devido à natureza do veículo, que também funciona como um visualizador da instituição, é natural que haja um maior interesse por parte de pessoas da área de comunicação, entre eles os profissionais de imprensa e os próprios agentes de comunicação das unidades acadêmicas.

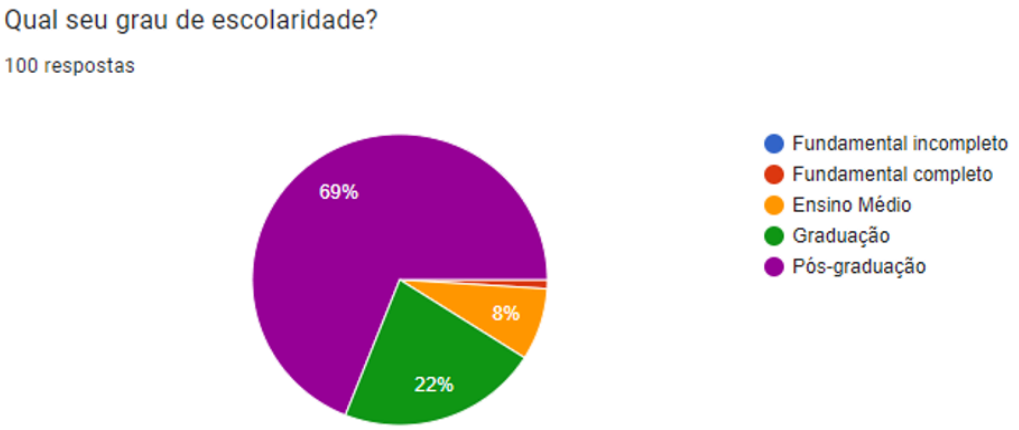
Figura 1 – Área de atuação



Fonte: Elaborado pelo autor

Os participantes, em sua maioria, possuem pós-graduação (69%) e graduação (22%), o que também revela um perfil de leitor com maior escolaridade. Esse perfil destaca a necessidade de ampliar os canais de comunicação do Jornal UFG e pensar estratégias para que o conteúdo possa ser mais facilmente assimilado e chegar à outras populações. As redes sociais podem ser uma estratégia para tentar conquistar esse público leitor.

Figura 2 – Grau de escolaridade

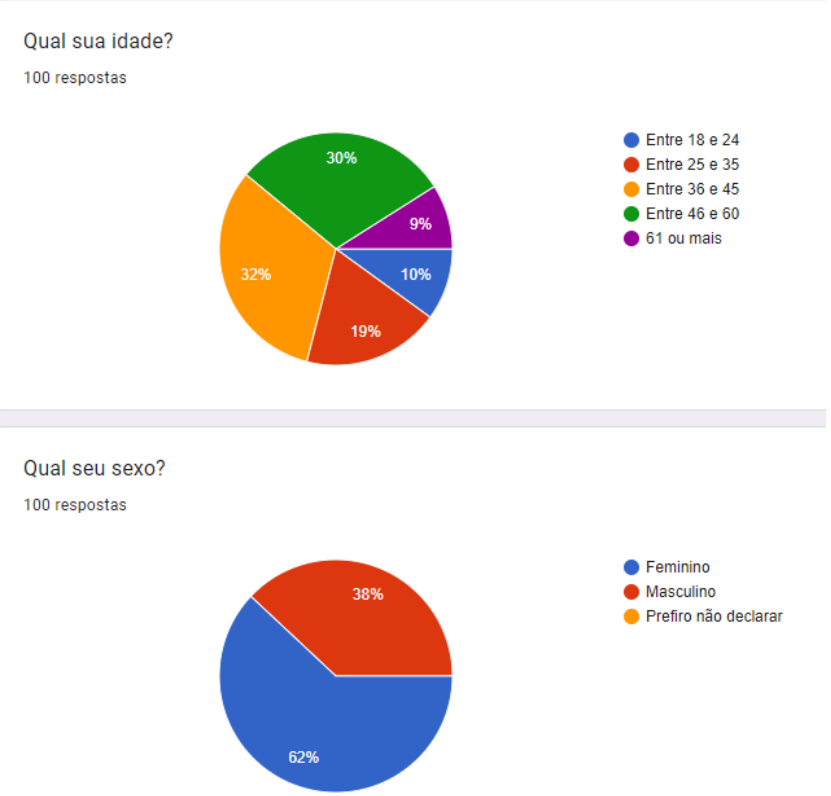


Fonte: Elaborado pelo autor

Quanto a composição de gênero: 62% eram mulheres e 38% homens. Grande parte dos leitores está entre 25 e 60 anos (81%), o que reflete um baixo alcance entre estudantes da amostra: apenas 10% têm entre 18 e 24 anos. Segundo a Plataforma Analisa UFG (2024) essa é a idade média dos estudantes da instituição. Estudantes também são uma faixa etária

bastante atingida pelas redes sociais, o que mostra que este caminho precisa ser estudado pela equipe do Jornal UFG, posto que o veículo não tem redes sociais próprias.

Figura 3 – Idade e sexo

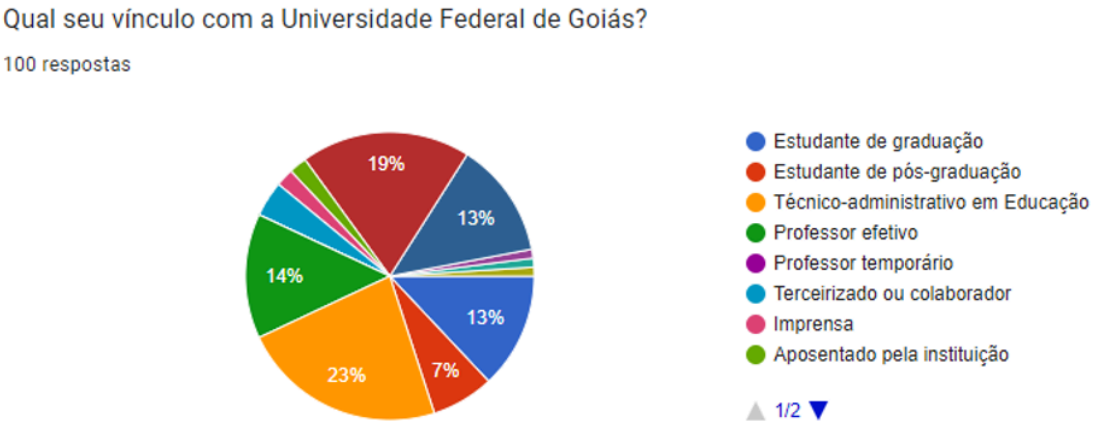


Fonte: Elaborado pelo autor

ALCANCE DO JORNAL UFG

Os participantes em sua maioria possuem algum tipo de vínculo com a instituição: estudantes, técnicos e professores somam 50% da amostra selecionada. Apenas 13% dos pesquisados declararam não ter nenhum vínculo com a UFG e 19% são egressos da instituição. Esse dado também mostra o baixo alcance fora da universidade. Percebe-se também que o nome da instituição é bastante conhecido, as pesquisas aparecem para essa população, mas via imprensa. O nome do Jornal UFG, ou o trabalho da Secretaria de Comunicação, no entanto, não aparece tão visibilizado por estas pessoas. O que percebemos é que há conhecimento do que a instituição produz, mas a não associação ao veículo em si.

Figura 4 – Vínculo com a universidade



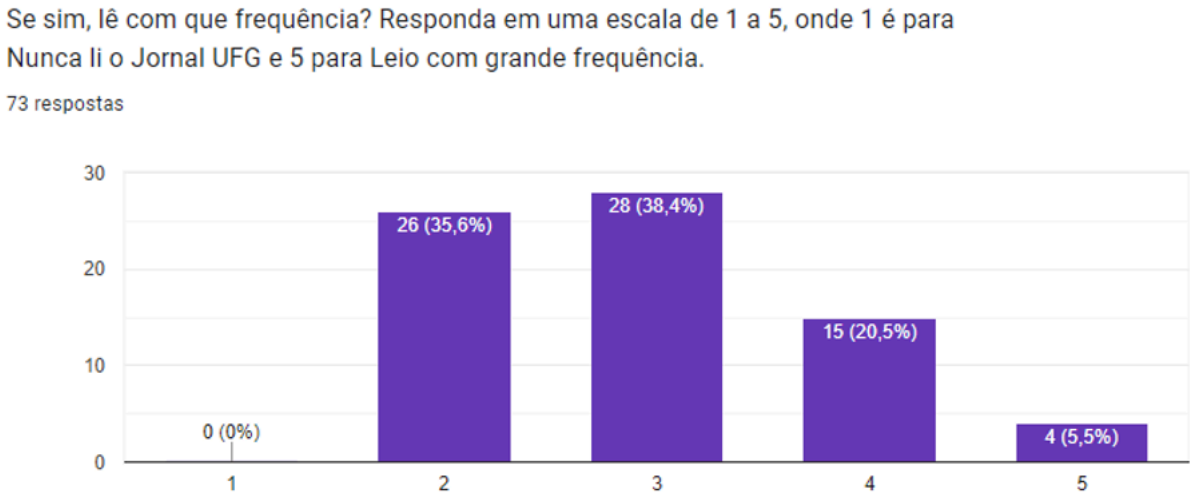
Fonte: Elaborado pelo autor

A questão da visibilização via imprensa não é, no entanto, vista como um problema. O Jornal UFG não tem a pretensão de ser um porta-voz único da instituição, tanto que o trabalho é feito em conjunto com o Projeto Visibilidade na Secretaria de Comunicação. O projeto tem o objetivo de difundir os conteúdos de ciência por meio da divulgação para a imprensa do material produzido. Também produz uma auditoria de como esses conteúdos aparecem na mídia, o que corrobora para a medição dessa imagem junto à imprensa (Stasiak, 2015). Espera-se que o veículo, como um modelo de mídia produzida pelo Jornal UFG, tenha mais reconhecimento na sociedade, exercendo o papel de Mídia das Fontes (Sant´Anna, 2009), fazendo esse contato direto com a sociedade e ampliando a voz da instituição junto à sociedade.

O questionário buscou ouvir se as pessoas que tiveram acesso a ele liam o Jornal UFG: 75% dos respondentes declararam já ter lido o Jornal UFG e 25% não. Importante lembrar que o questionário só tem continuidade para os que se declaram leitores a partir desta questão. A intenção é realmente conversar com quem já teve contato com o veículo anteriormente. Mas escolhemos coletar este número para ter subsídios de avaliação da necessidade de ampliar as formas de divulgação do projeto.

Dos leitores a maior parte marcou na escala de 1 a 5 que lê o Jornal UFG, mas sem grande frequência (escala 1 a 3). A escala 2 teve 35,6% de marcações e a escala 3 38,4%. A escala 4 teve (20,5%) e a escala 5 (5,5%). O que mostra que esses leitores têm contato com o Jornal UFG, mas leem de acordo com seus interesses.

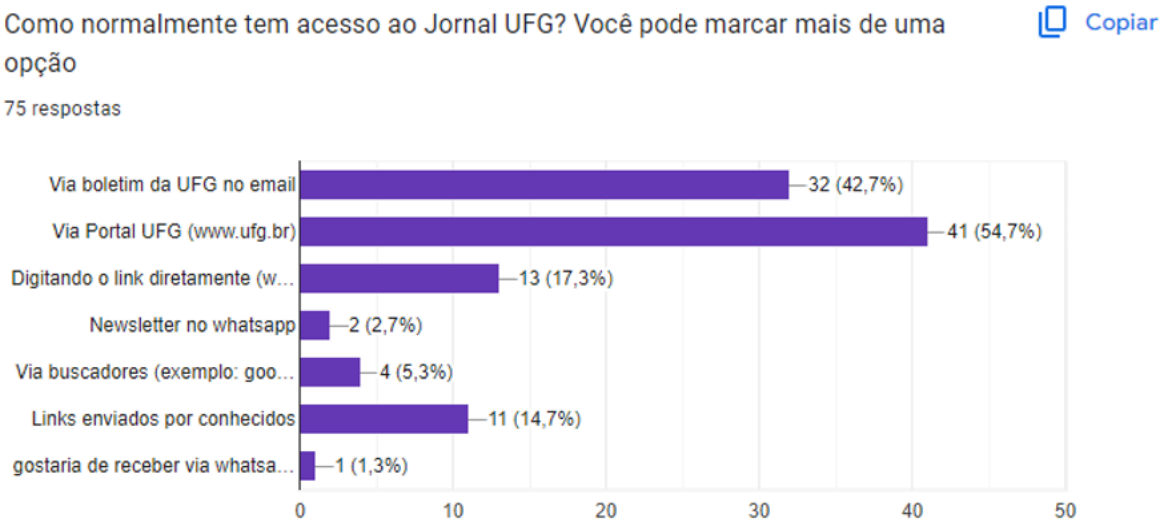
Figura 5 – Frequência de leitura do Jornal UFG



Fonte: Elaborado pelo autor

O Jornal UFG é acessado por esses leitores principalmente via Portal UFG (54,7%) e via boletim UFG (42,7%). 5,3% acessam via buscadores e 17,3% acessam diretamente o jornal. A partir desses dados podemos avaliar a relevância de pensar estratégias para maior alcance do veículo de forma a gerar maior engajamento dos leitores.

Figura 6 – Frequência de leitura do Jornal UFG



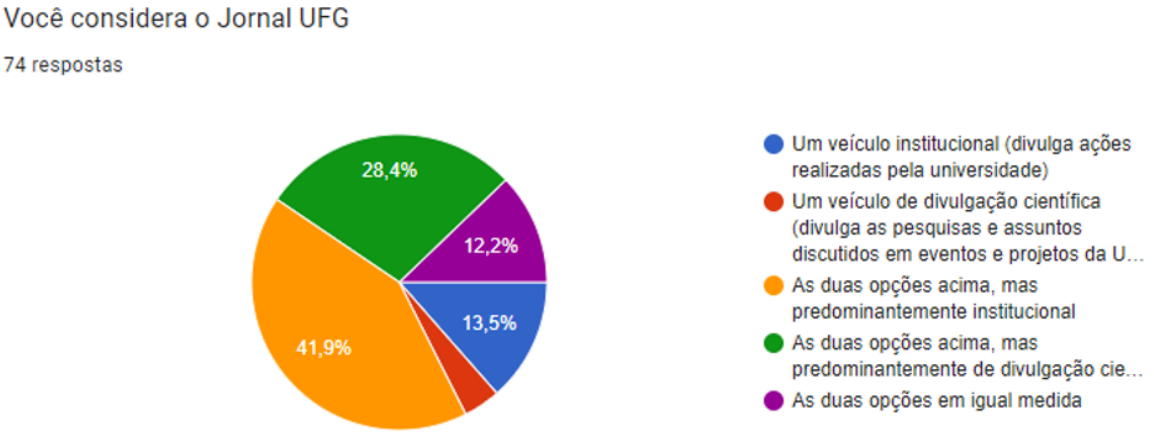
Fonte: Elaborado pelo autor

Dos respondentes do questionário, 30% não tem vínculo com a UFG. Destes metade declarou já ter lido o Jornal e a outra metade não ter lido. Entre os egressos da UFG, o número de leitores sobe. Dos 14 que se declararam egressos, nove são leitores do Jornal UFG e 5 não. Sabemos da dificuldade de alcance do Jornal UFG fora dos muros da universidade. No entanto, é bem claro que é preciso fazer esforços no sentido de ampliar esse alcance junto à sociedade.

JORNALISMO INSTITUCIONAL OU CIENTÍFICO?

A imagem do Jornal UFG está fortemente atrelada ao seu papel institucional. É o que mostra o dado de que 41,9% consideram o Jornal um veículo predominantemente institucional, 28,4% consideram que faz as duas coisas, mas é predominantemente de divulgação científica. Apenas 4,1% acreditam que ele é um veículo de divulgação científica. Por mais que tenha havido um esforço do Jornal UFG ao longo dos anos em tornar-se um veículo mais voltado à comunicação pública da ciência e divulgação científica (Fernandes Neves, Stecca, Coleta, 2022) e o reconhecimento de que ele faz esse trabalho de alguma forma, os leitores ainda o consideram um veículo com características mais institucionais. O que corrobora com um processo de transição que tem ocorrido ao longo dos anos no veículo e que ainda precisa de novas estratégias para que possa ser alcançado.

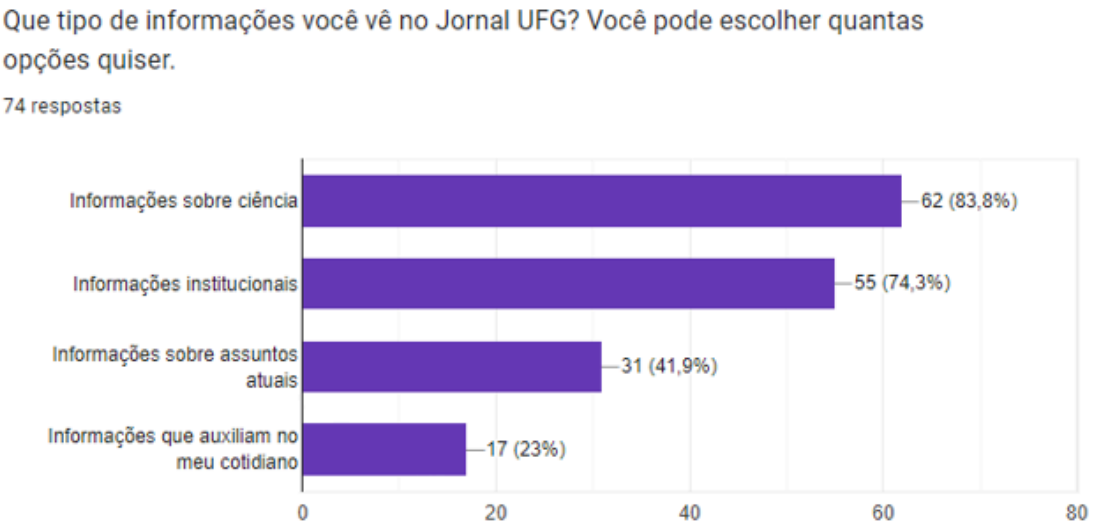
Figura 7 – Avaliação da percepção se é um veículo institucional ou de divulgação científica



Fonte: Elaborado pelo autor

Por outro lado, podemos perceber uma característica específica do jornalismo produzido pela universidade: a dissociação da instituição é não só difícil, como também não é desejável, posto que há um sentido de valorização do trabalho da instituição dentro desses textos. Algo que corrobora com a análise de conteúdo realizada anteriormente na dissertação que mostra que um dos valores da ciência perseguidos e necessários na produção do conteúdo de comunicação pública da ciência é justamente a valorização da instituição como produtora da ciência (Silva, 2023, p. 39), e atrelando-a a uma produção social, não apenas ao assunto em si, desvinculado da realidade como uma curiosidade ou grande feito (Zamboni, 2001).

Figura 8 – Quais informações vê no Jornal UFG



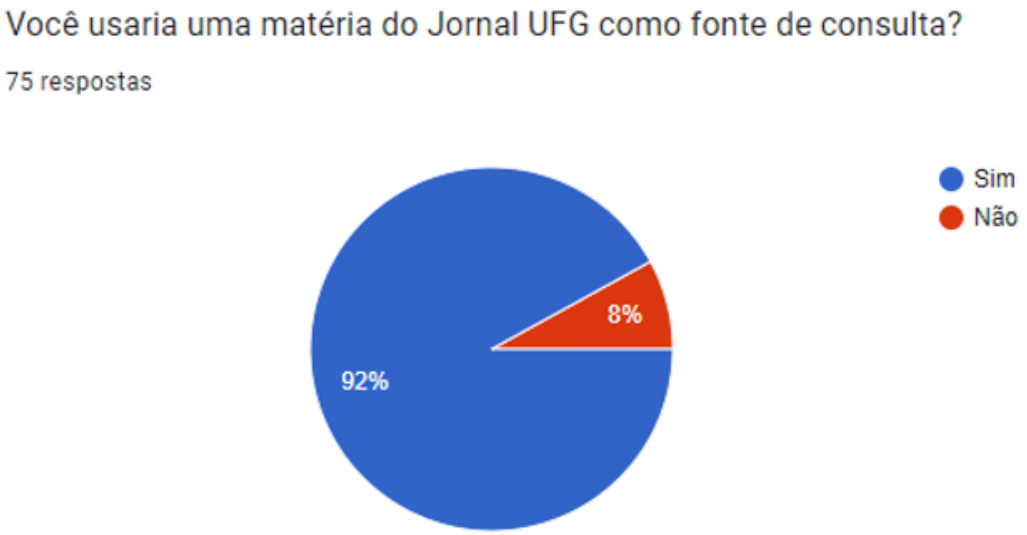
Fonte: Elaborado pelo autor

Por mais que o veículo seja considerado por seus leitores uma mistura entre institucional e veículo de comunicação da ciência, há uma predominância nas respostas de que o que mais se encontra no veículo são informações de ciência, seguido da informação institucional. Esse dado é importante, porque mostra que há uma percepção do movimento de mudança do Jornal UFG para um veículo de comunicação da ciência e não apenas das ações institucionais.

Outro dado da pesquisa é que 92% também declararam que utilizariam o veículo como fonte de consulta, lembrando que o Jornal UFG também é muito citado em artigos

acadêmicos como fonte de dados pelos pesquisadores. Isso destaca a credibilidade do veículo por seus leitores.

Figura 9 – Uso como fonte de consulta (credibilidade)



Fonte: Elaborado pelo autor

VERSÃO IMPRESSA OU ONLINE?

Desde 2018, o Jornal UFG assumiu a versão online e finalizou a realização da edição impressa. No entanto, ao longo dos anos, sempre foi questionado tanto por leitores, como gestores e mesmo a própria equipe a validade de se voltar a produzir uma edição impressa do Jornal UFG, seja como uma forma reforço da marca Jornal UFG, seja para retomar sua tradição impressa. Resolvemos escutar nos questionários a opinião dos leitores. No questionário perguntamos se achavam que o Jornal deveria ter sua versão impressa novamente: 40% responderam dessa primeira amostra responderam que não; 36% acreditam que em versões especiais seria interessante; e 24% acham que a edição impressa devia ser retomada. Percebe-se que existe um público que tem interesse na versão impressa. Há, portanto, um entendimento de que é natural que o Jornal UFG tenha tomado a via da versão online, até por uma adaptação à realidade. O que ocorre com todos os jornais impressos, que vem caindo ao longo dos anos.

PARTICIPAÇÃO NO JORNAL UFG

Perguntamos aos leitores se eles acreditam ser possível construir um jornalismo com participação do leitor e a resposta foi unânime de que sim. Não nos deteremos nas respostas abertas de como isso pode ser feito pois o trabalho segue em análise para a dissertação, mas queremos destacar que há o interesse do público nessa participação, cabendo ao veículo criar esses mecanismos para que a participação ocorra. No entanto, não há como pensar uma maior participação do leitor sem pensar de forma atrelada o crescimento do alcance do Jornal UFG.

CONCLUSÕES

A partir da análise dessa prévia das perguntas feitas no questionário podemos ter algumas impressões sobre com quem o Jornal UFG fala. O público leitor mostra-se predominantemente vinculado à instituição, embora exista interesse fora dela. No entanto, o alcance reduzido dificulta que esse material chegue ao público externo de forma efetiva.

O público de estudantes também não parece ser atingido proporcionalmente, embora exista, o que também mostra um nicho que pode e deve ser mais bem explorado com novas estratégias. Entre os leitores podemos perceber um padrão médio de leitura já que 38,4% estão na escala 3 de leitura. Isso pode mostrar que com elementos adequados de alcance, até mesmo os leitores mais assíduos podem vir a acessar mais notícias do Jornal UFG.

Quanto à percepção de que o Jornal UFG é um veículo mais institucional do que de ciência, podemos perceber essa vinculação direta à instituição como algo que corrobora com a credibilidade do material produzido. No entanto, na pergunta sobre o que as pessoas esperam ver no Jornal UFG, fica claro o interesse pela informação com conteúdo de ciência produzida pela universidade.

Também é importante perceber que as pessoas acreditam na participação do leitor. E essa resposta foi unânime no questionário. Esse dado conversa com o dado da pesquisa de percepção pública da ciência (MCTIC, 2024) de que o brasileiro tem interesse em ciência, acredita no seu papel social e cidadão na construção dessa ciência e confia no jornalismo como fonte de informação sobre ela.

Nossa conclusão é que há espaço para um maior alcance da ciência produzida pela universidade, há interesse público por esse material, mas é preciso pensar novas estratégias que conversem com essas expectativas e possam auxiliar no alcance dessa produção. Existe um público com interesse por esse conteúdo, mas existem muitas dificuldades de acessá-lo.

Destacamos que a pesquisa foi realizada com o apoio da Secretaria de Comunicação da Universidade Federal de Goiás. A partir dessas primeiras percepções da pesquisa em recepção gerando modificações no trabalho da equipe. Cito a criação do canal do Jornal UFG na rede WhatsApp para divulgação das últimas publicações do Jornal UFG, como uma primeira rede social do Jornal, um boletim enviado semanalmente via whatsapp para uma seleção de contatos e pequenas modificações no texto como a inserção de um tópico chamado "Em síntese" que faz um resumo da notícia e uma caixa com os dados para contato com a equipe e sugestão de pautas[3].

Sabemos que financiamento e investimento em pessoal são necessários para tornar essa comunicação cada dia mais próxima do público e com maior efetividade em seu alcance. Por isso, pesquisas como essa são importantes para mostrar o potencial de crescimento do veículo e buscar recursos e fomento para a divulgação da ciência.

REFERÊNCIAS

BRANDÃO, Elizabeth Pazito. Conceito de Comunicação Pública. *In*: DUARTE, Jorge (Org.). **Comunicação pública:** estado, mercado, sociedade e interesse público. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2012.

CASTELFRANCHI, Yurij. Por que comunicar temas de ciência e tecnologia ao público? (Muitas respostas óbvias... mais uma necessária). In: MASSARANI, Luisa (Org.) **Jornalismo e ciência:** uma perspectiva ibero-americana. Rio de Janeiro: Fiocruz, 2010. p. 13-21. Disponível em: <https://www.academia.edu/443818/Por_Que_Comunicar_Temas_De_Ci%C3%AAncia_E_Tecnologia_Ao_P%C3%BAblico_Muitas_Respostas_%C3%B3bvias_Mais_Uma_Necess%C3%A1ria_>. Acesso em: 21 set. 2024.

CASTELFRANCHI, Yurij. **As serpentes e o bastão:** tecnociência, neoliberalismo e inexorabilidade, 2008a. Tese (Doutorado) - Programa de Pós-Graduação em Sociologia. Universidade Estadual de Campinas, Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Campinas: 2008a. Disponível em: <https://cteme.files.wordpress.com/2009/06/castelfranchijuri.pdf >. Acesso em: 21 set. 2024.

CASTELFRANCHI, Yurij. Para além da tradução: o jornalismo científico crítico na teoria e na prática. In: MASSARANI, L.; POLINO, C. (Org.). **Los desafios e la evaluación del periodismo científico en iberoamerica**: Jornadas Iberoamericanas sobre la Ciencia en los Medios Masivos, 2008b. 128 p.

FERNANDES NEVES, Luiz Fernandes; STECCA, Kharen; COLETA, Silvana Santos Pereira. Da notícia institucional à divulgação científica: a trajetória do Jornal UFG em 16 anos de

[3]https://jornal.ufg.br/n/183943-mascaras-faciais-podem-liberar-microplasticos-no-ambiente-aquatico-aponta-pesquisa

existência. 5(02), A06, **Jcomal**, 2022. Disponível em: <https://doi.org/10.22323/3.050202>. Acesso em: 21 set. 2024.

JACKS, Nilda Aparecida; ESCOSTEGUY, Ana Carolina. **Comunicação e recepção.** São Paulo: Hacker, 2005.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos da Metodologia Científica.** 5 ed. São Paulo: Atlas, 2003. 311 p.

MCTI. Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovação. Centro de Gestão e Estudos Estratégicos. **Percepção pública da C&T no Brasil 2023**. Brasília: 2024. Disponível em: <https://www.cgee.org.br/documents/10195/4686075/CGEE_OCTI_Resumo_Executivo-Perc_Pub_CT_Br_2023.pdf >. Acesso em: 26 set. 2024.

MCTI. Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovação. Centro de Gestão e Estudos Estratégicos. **Percepção pública da C&T no Brasil 2019**. Brasília: 2019. Disponível em: <https://www.cgee.org.br/documents/10195/4686075/CGEE_resumoexecutivo_Percepcao_pub_CT.pdf >. Acesso em: 28 set. 2024.

SANT'ANNA, Francisco. **Mídia das fontes -** um novo ator no cenário jornalístico brasileiro: um olhar sobre a ação midiática do Senado Federal . Brasília, Brasil: Senado Federal, Subsecretaria de Edições Técnicas, 2009.

SCHAEFER, David R., DILLMAN, Don (1998). **Development of a Standard E-Mail Methodology: Results of an Experiment.** Public Opin Q. 62 DOI: 10.1086/297851 Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/31401780_Development_of_a_Standard_E-Mail_Methodology_Results_of_an_Experiment > . Acesso em: 07 out. 2024.

STASIAK, Daiana. BASILE, Roberta; MENDONÇA, Rhayssa. Visibilidade UFG: uma reflexão sobre as ações de relacionamento entre assessoria de comunicação e mídia. **Anais do 38º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.** São Paulo, Brasil: Intercom, 2015. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/nacional2015/resumos/R10-2081-1.pdf>. Acesso em: 26 set. 2024.

UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS, Secretaria de Comunicação. **Relatório de Gestão Secom 2023**. Goiânia: 2023.

UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS. **Plataforma Analisa UFG**. Goiânia: 2024. Disponível em: <https://analisa.ufg.br/>. Acesso em: 26 set. de 2024.

SILVA, Marselha Pereira da. **Comunicação pública da ciência:** o uso do discurso constituinte e paratópico da ciência para construção do ethos discursivo do Jornal da USP**.** Dissertação de Mestrado no Programa de Pós-graduação em estudos da Mídia. Universidade Federal do Rio Grande do Norte, 2023. Disponível em: <https://repositorio.ufrn.br/handle/123456789/54457>. Acesso em: 26 set. 2024.

ZAMBONI, Lilian Márcia Simões. **Cientistas, jornalistas e a divulgação científica:** subjetividade e heterogeneidade no discurso da divulgação científica. Campinas, SP: 1ª edição, 2001. 167 p.

O(s) autor(es) é(são) responsável(is) pela fidedignidade dos dados apresentados.

CONSUMO DE CONTEÚDOS REFERENTES AO TEA: O GRITO DA SUBCIDADANIA A PARTIR DE UMA LEITURA CRÍTICA

Thâmara Sampaio Vasconcelos Vilela [1]
Ângela Teixeira de Moraes [2]

RESUMO

A pesquisa aborda o consumo midiático sobre o Transtorno do Espectro Autista (TEA) por mães de autistas. Objetiva analisar o uso de mídias, recepção de conteúdos e consonância com a realidade. Também provocar uma leitura crítica da mídia a partir da cidadania e subcidadania. É multimétodo, descritiva-exploratória, com questionário próprio. Os resultados indicam uso massivo de mídias sociais digitais, consumo de mídias especializadas e atribuição de confiabilidade ao jornalismo brasileiro.

Palavras-chave: TEA; Consumo Midiático; Leitura Crítica da Mídia; Cidadania; Subcidadania.

CONSUMPTION OF CONTENT ABOUT AUTISM: THE CRY OF SUB-CITIZENSHIP FROM A CRITICAL READING

ABSTRACT

The research addresses media consumption on Autism Spectrum Disorder (ASD) by autistic's mothers. It aims to analyze the use of media, reception of content and consonance with reality. It also provokes a critical reading of the media from the perspective of citizenship and sub-citizenship. It is a multi-method, descriptive-exploratory study, with its own questionnaire. The results indicate massive use of social media, consumption of specialized media and attribution of reliability to Brazilian journalism.

Keywords: ASD; Media Consumption; Critical Reading of the Media; Citizenship; Sub-citizenship.

INTRODUÇÃO

Esta pesquisa aborda a forma como o Transtorno do Espectro Autista (TEA) ou Autismo é apresentado pelos veículos de comunicação e seu consumo por mães de autistas. Possui três objetivos centrais: 1) mapear o uso das diferentes mídias por mães de autistas para acessar e compartilhar informações a respeito do autismo; 2) descrever a percepção de mães de autistas dos conteúdos trazidos por esses veículos, baseado nos conceitos dos estudos de recepção; 3) avaliar a apresentação midiática do autismo *versus* nível de

[1] Doutoranda em Comunicação, Faculdade de Informação e Comunicação da Universidade Federal de Goiás (PPGCOM-FIC-UFG), bolsista CAPES, mestra em Psicologia Social (UnB), prof.thamaravilela@gmail.com.
[2] Pós-doutora em Comunicação (UnB), docente de Comunicação da Faculdade de Informação e Comunicação da Universidade Federal de Goiás (FIC-UFG), atmoraes@ufg.br.

consonância à realidade cotidiana. Também pretende provocar a uma leitura crítica sobre autistas e seus efeitos para o exercício de cidadania.

A opção pela pesquisa com o público feminino deve-se à evidência geral de que essas são as principais cuidadoras de pessoas autistas. Pouquíssimos homens, mesmo na condição de pais, se dedicam ao acompanhamento e desenvolvimento de seus filhos autistas, cabendo às mães a árdua tarefa de lidar com todos os desafios trazidos pelo transtorno.

Além disso, é preciso dizer que uma das autoras deste artigo encontra-se na condição de mãe de uma criança autista, de 6 anos de idade atualmente, classificada no nível III de suporte ou grau severo com deficiência intelectual associada, podendo aferir tal realidade.

Esta pesquisa justifica-se pela necessidade de preencher lacunas na literatura científica como: a) compreensão de um panorama que apresente a relação entre "autismo" e "mídias" no contexto brasileiro; b) estudos focados nas percepções dos sujeitos receptores a respeito dos conteúdos midiáticos a que têm acesso; c) informações mais precisas e aprofundadas sobre o autismo para melhor compreensão desta condição pela sociedade em geral; d) usos e consumo midiático de conteúdos por mães de autistas.

A fundamentação teórica advém de pesquisas de recepção (Jacks; Wottrich; Sifuentes, 2023; Jacks; Escosteguy, 2005), leitura crítica da mídia (Macêdo; Mainieri, 2021; Tuzzo, 2014), cidadania (Filho, 2021; Signates; Moraes, 2019), e nas relações entre estes campos de estudos.

Quanto à abordagem metodológica, a natureza é multimétodo, do tipo descritiva-exploratória e interpretativa. Um questionário foi especificamente desenvolvido, com categorias definidas a partir de revisão teórica e metodológica da literatura científica sobre o TEA, e acompanhado de um Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE), seguindo as diretrizes do Comitê de Ética em Pesquisa da Universidade Federal de Goiás (CEP-UFG).

Segue as orientações de desenvolvimento de pesquisa, dos pontos de vista teórico, metodológico e analítico, incluindo aspectos quantitativos e qualitativos, de autores de referência em seus respectivos campos de estudo, advindos da Estatística, Comunicação, Psicologia Social e, mais especificamente, Psicometria (Bussab; Morettin, 2005; Bauer; Gaskell, 2008; Hair *et al*, 2009; Günther, 2015; Pasquali *et al*, 2010).

Buscamos responder à seguinte pergunta de pesquisa: *"Como o autismo e pessoas autistas estão sendo apresentados pelas mídias? Os conteúdos veiculados condizem com a realidade vivida no cotidiano por mães de autistas e seus filhos autistas?"*.

CONCEITO DO TRANSTORNO DO ESPECTRO AUTISTA (TEA)

Há variados conceitos para o Transtorno do Espectro Autista (TEA), em comum está a sua tipificação como "transtorno do neurodesenvolvimento", baseado em três áreas-chave: 1) comprometimento na interação social; 2) comprometimento na comunicação verbal e não-verbal; 3) presença de comportamentos restritos e repetitivos, que incluem estereotipias (motoras e/ou vocais), fixação a rotinas, objetos, temas de interesse (Whitman, 2015). As causas ainda não são determinadas, mas há evidências de fatores hereditários e ambientais.

Adicionalmente, pessoas diagnosticas com TEA são classificadas em três níveis de suporte ou grau de severidade: nível I de suporte ou grau leve, em que, na ausência de apoio, há prejuízo social notável, dificuldades para iniciar interações, tentativas malsucedidas no contato social, certa inflexibilidade de comportamento; nível II de suporte ou grau moderado, que exige apoio substancial havendo prejuízos sociais aparentes, limitações para iniciar e manter interações, inflexibilidade de comportamento; nível III de suporte ou grau severo, que exige apoio muito substancial, déficits graves nas habilidades de comunicação social, inflexibilidade de comportamento e extrema dificuldade com mudanças (DSM-TR-5, 2023).

TEORIAS DE RECEPÇÃO NO BRASIL

Jacks, Wottrich e Sifuentes (2023) citam que as pesquisas de recepção no Brasil iniciaram fora da do campo da omunicação, pela sociologia, psicologia social e ciência política (Miceli, 1971; Bosi, 1971; Goldfeder, 1977 *apud* Jacks; Wottrich; Sifuentes, 2023). Ganham destaques "a perspectiva de um caráter 'ativo' no processo de produção de sentidos na relação entre os sujeitos e o conteúdo midiático consumido" (Jacks; Wottrich; Sifuentes, 2023, p. 31), bem como "a centralidade do popular, o uso da entrevista e o 'deslocamento' do olhar para o contexto cotidiano" (Jacks; Wottrich; Sifuentes, 2023, p. 32).

Outros destaques em estudos de recepção dizem respeito aos "processos de significação a partir do consumo midiático", a partir das publicações: *Encoding and decoding*

in the television discourse, de Stuart Hall (1943); *De los medios a las mediciones*, de Martín-Barbero (1987); *Culturas Híbridas - Estrategias para entrar y salir de la modernidade*, de García Canclini (1989); e também, *Sujeito: o lado oculto do receptor*, de Mauro Wilton de Sousa (1990), segundo Escosteguy, 2010; Gomes, 2004; *apud* Jacks; Wottrich; Sifuentes, 2023.

LEITURA CRÍTICA DA MÍDIA

Nos discursos midiáticos, "é comum encontrarmos o termo 'desejo de cidadania'. Considerando que desejo é uma 'expressão de falta', desejar cidadania é um reforço de discurso de que ela não existe para todos" (Tuzzo, 2014, p. 3913).

A realidade das pessoas autistas é complexa e não tem sido bem retratada pelos veículos de comunicação e pelo próprio jornalismo brasileiro. As características e comportamentos definidores especialmente daquelas classificadas nos níveis II (grau moderado) e III de suporte (grau severo), estão ausentes das pautas, refletindo na desinformação generalizada para a sociedade ou, pelo menos, para aqueles indivíduos e grupos que possuem nenhum ou pouco contato com o TEA.

Tuzzo (2014) aborda a representação da cidadania pela mídia e chama a atenção quando diz "fala-se algo que se quer dizer, mas para não chocar ninguém, esconde-se por trás do que deveria ser dito" (Tuzzo, 2014, p. 3908). A pergunta aqui é "o que deveria ser dito e não está sendo dito (para não chocar ninguém) pelas mídias sobre o autismo?". A resposta a esta pergunta tem relação direta com a cidadania, porque o direito à informação faz parte de sua construção, incluindo a participação dos indivíduos e suas vozes nas mídias.

A autora questiona no discurso das mídias hegemônicas no Brasil, os conceitos de cidadania e subcidadania, que "é a busca pela cidadania" (Tuzzo, 2014, p. 3911), reforçando que "o que falta para ser cidadão significa ser subcidadão" (Tuzzo, 2014, p. 3912).

Nesta linha, Signates e Moraes (2019) adotam o termo "subcidadadia comunicacional" para referirem-se à "condição do subcidadão, aquele que é silenciado no processo comunicacional, ou seja, é inserido como falado, referenciado, e não como falante" (Signates; Moraes, 2019, p. 32), bem como o termo "cidadania como incomunicabilidade" quanto à "radicalidade da negação da cidadania, ou seja, o sujeito que não tem fala e não é falado, mas subjugado às condições de silenciamento e, portanto, de submissão" (Signates;

Moraes, 2019, p. 33). Para os autores, negar a comunicabilidade a um sujeito é negar a sua cidadania.

Dito isso, há evidências de polarização de interesses midiáticos pelo corpo/sujeito autista. De um lado, interesse e ênfase em publicações envolvendo pessoas autistas classificadas dentro do nível I de suporte (grau leve), especialmente com altas habilidades (AAH) ou superdotação (ASD); do lado oposto, desinteresse e quase ausência de publicações envolvendo pessoas autistas classificadas dentro dos níveis II (grau moderado) e III de suporte (grau severo). A pergunta é: a quem interessa este recorte e com quais motivações?

Apresentar ao público apenas uma parte ínfima do espectro autista, omitindo as características, comportamentos, demandas e realidades vivenciadas pela grande maioria dos autistas, sem dúvida, é assujeitá-los à condição de subcidadania. É importante ressaltar que menos de 5% das pessoas diagnosticadas com TEA fazem parte do perfil classificado como "autismo de altas habilidades ou superdotação", perfil este mais frequentemente presente quando o assunto é autismo ou sobre pessoas autistas. Sabemos que,

> as mídias compromissadas com o interesse público e com a transmissão de informação plural contribuem para elevar a consciência política dos cidadãos, mas a sua presença não é garantia imediata de democracia ou mesmo de respeito à cidadania [...] a comunicação midiatizada deve apresentar uma pluralidade de visões de mundo e estar balizada no interesse coletivo (Macêdo; Mainieri, 2021, p. 86-90).

Logo, percebe-se que é preciso aprofundar na complexidade do autismo, a fim de possibilitar sua melhor compreensão na dimensão social e, consequentemente, impulsionar a cidadania dessas pessoas afetadas por essa condição.

MÉTODO

Pesquisa multimétodo do tipo descritiva-exploratória e interpretativa.

PARTICIPANTES

A amostra é de conveniência e do total de 42 respostas, 40 foram válidas (*N*=40). Para Pasquali (2015), trinta respostas válidas são suficientes para um pré-teste, portanto, os resultados obtidos poderão ser utilizados como base para uma pesquisa ampliada ou para identificar categorias no desenvolvimento de instrumentos de medida e avaliação ou aplicação em pesquisas qualitativas. Público composto por mães de pessoas diagnosticadas com TEA, todas de nacionalidade brasileira.

PROCEDIMENTOS

A coleta de dados foi realizada entre os dias 21 a 28 de julho de 2023, exclusivamente de forma *online* e enviado para grupos de *whatsApp* de mães/pais de autistas. O formulário era composto de uma apresentação da pesquisa, um Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE) e um questionário com 43 perguntas sobre "Autismo e Mídias".

Antes da coleta de dados bibliográficos realizou-se o levantamento da literatura sobre os construtos "Autismo" e "Mídias" nos últimos 10 anos. Posteriormente, um questionário foi desenvolvido baseado nos fatores levantados e seguindo os critérios psicométricos de construção de instrumento de medida e validação de Pasquali (2010, 2015). Também foram desenvolvidos um texto de abertura e TCLE, baseado no modelo do Comitê de Ética em Pesquisa da Universidade Federal de Goiás (CEP-UFG).

O questionário foi criado no *Google Forms*, onde gerou-se um *link*, que foi enviado para quatro grupos fechados de *WhatsApp* de mães de autistas, sendo eles: 1. Associação de Pais e Autistas em Goiânia/GO (NAIA Autismo); 2. ONG Mães em Movimento pelo Autismo (MMA); 3. Terapias Unimed Goiânia; 4. Mães Bem-Te-Vi.

Durante a coleta de dados empíricos, surgiram algumas ocorrências: a) desconforto na solicitação de login via *e-mail* para acesso ao formulário, que foi excluída; b) visualização confusa do botão *enviar formulário*, que foi alterado de posição; c) sugestão de ampliação do questionário com perguntas sobre transtornos alimentares e causas do autismo; d) sugestão de inserir perguntas sobre direitos e acesso a benefícios sociais em questionário futuro.

Após a coleta desses dados, o botão de "não aceitar mais respostas" foi acionado dentro do próprio *GoogleForms*. Seguindo Hair *et al* (2019) verificou-se a existência de dados ausentes, repetidos ou atípicos e nenhum destes foram detectados, ou seja, todos os formulários enviados eram válidos. Como medida de segurança e para armazenamento do questionário, realizou-se uma cópia do formulário e armazenado na nuvem via *Google Drive*.

INSTRUMENTOS

Foram desenvolvidos dois instrumentos: um TCLE, em conformidade com a CEP-UFG; um questionário contendo 43 itens, precedido de um texto de apresentação da pesquisa.

De acordo com o modelo de Pasquali (2010), no polo teórico, para a construção do instrumento de medida (questionário), partiu-se da revisão da literatura para levantamento de indicadores que dessem conta de responder à pergunta de pesquisa e alcançar os

objetivos propostos; no polo empírico, definiu-se as etapas, procedimentos e técnicas de aplicação do instrumento, bem como os textos de apresentação da pesquisa e do TCLE; no polo analítico foram estabelecidas as técnicas análise de frequências para a base quantitativa e análise de conteúdo para a base qualitativa com intuito de analisar os resultados obtidos.

Indicadores de diferentes fontes oficiais foram consultados como relatórios de governo e pesquisas de mídias (Ancine, 2022; Mctic, 2022; Kantar Ibope Media, 2022; Ibope, 2016), bem como orientações estatísticas do IBGE na elaboração dos dados sociodemográficos (IBGE, 2015). Também foram considerados indicadores presentes em pesquisas midiáticas (Abreu, 2022; Sancho, 2022; Antunes; Dhoest, 2018) e pesquisas sobre autismo, realizadas entre 2011 e 2021 (Smeha; Cezar, 2011; Ferraresi, 2017; Baptista; Gumucio; Schmidt, 2017; Rios; Junior, 2019; Freitas, 2020; Healthnews, 2021).

A operacionalização do instrumento deu-se na elaboração dos itens, levando-se em conta os 12 (doze) critérios para a sua boa construção, segundo Pasquali (2010): expressão de comportamento, objetividade, simplicidade, clareza, relevância, precisão, variedade, modalidade, tipicidade, credibilidade, amplitude, equilíbrio. Além de adoção de linguagem simples, variação de níveis de dificuldade e extensão das perguntas para evitar fadiga.

Chegou-se ao total de 43 itens, discriminados em 39 perguntas fechadas e 4 perguntas abertas (opcionais). Adotou-se o critério de pelo menos 5 perguntas por fator, conforme orienta Pasquali (2015) para desenvolvimento de instrumentos, com exceção dos fatores relacionados à participação em grupos de autismo e às perguntas abertas, por serem itens de sondagem para pesquisas futuras, especialmente como critérios para pesquisas qualitativas.

A distribuição destes itens foi organizada em cinco etapas da seguinte forma:

a) Etapa 1 – Perfil sociodemográfico de respondentes, 9 itens;
b) Etapa 2 – Perfil sociodemográfico e de condições de saúde dos autistas, 9 itens;
c) Etapa 3 – Participação em grupos de autismo, 3 itens;
d) Etapa 4 – Dados sobre autismo e mídias, 18 itens no total. Somente esta etapa foi subdividida em 3 subcategorias, cada uma delas operacionalizadas por 6 itens:
   4.1 Produção e recepção de conteúdo relacionado ao autismo, 6 itens;
   4.2 Acesso e busca ativa de conteúdo relacionado ao autismo, 6 itens;
   4.3 Apresentação do autismo nas mídias, 6 itens;
e) Etapa 5 – Perguntas abertas, 4 itens.

Ou seja, o questionário possui 5 etapas, compostas por 43 itens no total.

ANÁLISE DOS DADOS

Em termos de análise quantitativa, "quando se estuda uma variável, o maior interesse do pesquisador é conhecer o comportamento dessa variável, analisando a ocorrência de suas possíveis realizações" (Bussab; Morettin, 2005, p. 11). Assim, nesta pesquisa a técnica estatística adotada para a base quantitativa foi a "Análise de Frequências", que é uma forma de ter uma ideia global sobre um conjunto de dados, ou seja, a sua distribuição. Para a análise qualitativa foi aplicada a "Análise de Conteúdo Descritiva".

RESULTADOS

ANÁLISES QUANTITATIVAS

ETAPA 1 – PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO DE RESPONDENTES

Amostra composta por pessoas do sexo feminino (*N*=40), todas mães de autistas, brasileiras, em sua maioria: cor branca (47,5%); casada (67,5%); graduada (40%); trabalhadora remunerada (57,5%); renda mensal familiar entre 2 a 4 salários mínimos (27,5%) – base de referência do ano 2023, em que 1 salário mínimo = R$ 1.320,00; idade média de 35 anos.

ETAPA 2 – PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO E DE CONDIÇÕES DE SAÚDE DOS AUTISTAS

Amostra composta por pessoas do sexo feminino e masculino (*N*=40), em sua maioria: sexo masculino (75%); cor branca (40%); empate entre os níveis I de suporte (42,5%) e II (42,5%); verbais (60%); diagnosticados entre 2 e 4 anos de idade (50%); sem deficiência intelectual (50%); sem altas habilidades ou superdotação (52,5%); idade média de 5 anos para crianças (*N*=37) e 16 para adolescentes (*N*=2), sendo apenas um adulto com 20 anos (*N*=1).

Sobre comorbidades, a maioria dos filhos autistas das respondentes possui distúrbios alimentares (52,5%), Transtorno de Déficit de Atenção e Hiperatividade – TDAH (35%), Distúrbios do Sono (30%), Transtornos de Linguagem (22,5%), Transtorno de Ansiedade ou Ansiedade Generalizada – TAG (15%), além de síndromes genéticas (5%), que são raras.

ETAPA 3 – PARTICIPAÇÃO EM GRUPOS DE AUTISMO

O grupo de *whatsapp* principal para esta pesquisa era o do Naia Autismo, por ser a associação de pais e autistas pioneira da cidade de Goiânia-GO e reconhecida dentro da comunidade autista local, portanto poderia servir como uma comunidade interpretativa para um futuro estudo de recepção (pesquisa qualitativa) pela proponente da pesquisa.

Nesta perspectiva, as perguntas eram relacionadas ao conhecimento e ao nível de participação no Naia, ainda que as mães fizessem parte apenas de outro grupo ou concomitante a outro grupo e o Naia. A maioria conhecia o Naia Autismo (65%) e participava das atividades da associação (62,5%), ou seja, é uma boa opção para estudos futuros.

ETAPA 4 – DADOS SOBRE AUTISMO E MÍDIAS

Esta etapa foi dividida em 3 fatores de análise: 1) Produção e recepção de conteúdo relacionado ao autismo; 2) Acesso e busca ativa de conteúdo relacionado ao autismo; 3) Apresentação do autismo nas mídias. Seguem os principais resultados de cada fator.

Fator 1. O nível de satisfação quanto à veiculação de conteúdo em geral relacionado ao autismo ficou empatado parcialmente insatisfeito (32,5%) com parcialmente satisfeito (32,5%), denotando prováveis critérios multifatoriais para nível de satisfação. Quanto à cobertura jornalística televisionada é em sua maioria neutra (32,5%), seguida de muito insatisfeito (25%), indicando uma visão mais negativa em relação ao conteúdo jornalístico sobre Autismo na TV. Quanto aos conteúdos publicados nas mídias sociais digitais é em sua maioria neutro (30%), seguido de satisfatório (27,5%), indicando uma visão mais positiva quanto às mídias sociais digitais. Quanto à qualidade dos conteúdos por tipo de mídia é em sua maioria muito satisfeita com mídias especializadas em Autismo (20%) e mídias sociais digitais (17,5%), em detrimento de mídias impressas (5%), ou seja, percebe-se uma preferência por meios mais especializados e digitais, em detrimento dos meios tradicionais.

Fator 2. A frequência de uso das mídias em geral é em sua maioria muito frequente (60%), seguida de frequente (30%), indicando altíssimo uso dos meios de comunicação para se informar sobre o autismo. Quanto aos tipos de mídias específicas é em sua maioria muito frequentemente mídias sociais digitais (55%), sites especializados em autismo (45%), *Streaming Podcast* (15%). O uso de grupos fechados no *WhatsApp* é em sua maioria muito frequente (40%), seguida de frequente (27,5%), ou seja, as duas juntas (67,5%) indicam uso assíduo do *WhatsApp*. O uso de mídias sociais digitais específicas é em sua maioria muito

frequentemente utilizada, *Instagram* (62,5%), *Youtube* (40%), *WhatsApp* (37,5%). Já o uso de canais de *streaming* é em sua maioria neutra (30%), seguida de uso *muito frequente* (25%).

Fator 3. O nível de concordância-discordância da apresentação do autismo nas mídias em comparação com a realidade vivenciada é em sua maioria neutra (32,5%), seguida de discordância (25%), apontando para uma visão mais contrária à apresentação do autismo nas mídias versus realidade cotidiana. Quanto à representação do Autismo nas narrativas ficcionais, com ênfase em personagens autistas com altas habilidades (AAH) ou superdotação (ASD), é em sua maioria de total concordância (42,5%), seguido de concordância (30%), indicando uma concordância altíssima (72,5%) sobre o foco no perfil de "autista gênio". Quanto às "mídias sociais digitais como úteis à obtenção, troca e produção de informações" é em sua maioria de total concordância (47,5%), reforçando o seu uso e compartilhamento. Quanto ao "Jornalismo como fonte de informação confiável e verdadeira" é em sua maioria de concordância (32,5%), indicando a força como fonte primária de informação, formadora de opinião pública e que, por isso mesmo, poderia influenciar as percepções de suas audiências.

ETAPA 5 – ANÁLISES QUALITATIVAS

Bauer e Gaskell (2008), comentam que "os textos, dos mesmos modos que as falas, referem-se aos pensamentos, sentimentos, memórias, planos e discussões das pessoas, e algumas vezes nos dizem mais do que seus autores imaginam" (Bauer; Gaskell, 2008, p. 189). Seguindo as orientações metodológicas destes autores, aqui faremos a diferenciação entre "Elementos Centrais" (maior frequência, ≥ 3 ocorrências) e "Elementos Raros" (menor frequência, 1 ≥ 2) como indicadores, com suas respectivas categorias de análise (temas) e inferências, ganhando em qualidade de análise. Estrutura de codificação na *Tabela 1*.

ANÁLISE DE CONTEÚDO DESCRITIVA

Tabela 1 - Análise de Conteúdo descritiva dos dados qualitativos

Indicadores	**Tema**	**Inferências**
Elementos Centrais	Usos de Mídias	Uso multimidiático e aleatório, foco em Mídias Sociais Digitais (*Instagram* e *WhatsApp*).

	Assuntos não abordados pelas mídias	Desafios na rotina cotidiana do próprio autista e seus familiares, diferenças dos níveis e direitos.
	Indicações de Conteúdo sobre Autismo	“Infoentretenimento” baseado em plataformas de *streaming* (séries, *podcasts*, canais no *Youtube*); perfis técnicos-científicos (médicos e terapeutas).
	Sugestões para a pesquisa	Explorar diversidade e especificidades do TEA; Comorbidades; Transtornos Alimentares; Direitos e Benefícios Sociais *versus* dificuldade de acesso.
Elementos Raros	Usos de Mídias	Uso técnico-científico (artigos científicos), e referenciados por familiares ou comunidade autista.
	Assuntos não abordados pelas mídias	Isolamento das famílias neurodiversas; capacitação de habilidades para ambiente residencial.
	Indicações de Conteúdo sobre Autismo	Série *Atypical*, dramas familiares: abandono de pais, sobrecarga de mães, estratégias para lidar com crises e preconceitos no ambiente social.
	Sugestões para a pesquisa	Aromaterapia; Explorar a falta de recursos financeiros para comprar livros ou assistir séries para obter informações “de qualidade”; Ausência de conteúdos do Jornalismo Científico e questionamento da credibilidade do Jornalismo.

Fonte: Elaborado pelas autoras, com base nos dados coletados da pesquisa (2023)

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A relação entre as mensagens dos meios e suas audiências bem como a interação entre elas, é permeada por controvérsias. A abordagem tradicional entende a comunicação em processo unidirecional como transmissão de informações. As abordagens contemporâneas, que são variadas, apoiam-se em processos multivariados e multidirecionados.

Um destes aspectos relaciona-se à produção de sentido. A audiência, antes era vista em papel ativo e o receptor em papel passivo, em uma perspectiva utilitarista, racionalista e determinista. Houve posteriormente um deslocamento do papel do receptor para uma

posição ativa, influenciado ainda por inúmeras variáveis como as sociodemográficas, psicológicas, socioculturais, políticas, contextuais, situacionais.

Esta pesquisa, descritiva e exploratória, trouxe luz sobre como o autismo ou TEA é abordado pelas mídias em geral e o seu consumo midiático por mães de autistas, além de dar um panorama sobre usos dos diferentes tipos de mídias para acesso e compartilhamento de informações. A abordagem multimétodo enriqueceu o entendimento, tanto de mídias quanto de conteúdos, incluindo as percepções das respondentes nesta relação.

Foram apresentados: o mapeamento do uso de mídias por mães de autistas no tratamento de informações sobre autismo; descrição da percepção do nível de qualidade dos conteúdos publicados por mídias em geral, que tem relação com a recepção de conteúdos; avaliação da apresentação do autismo pelas mídias em comparação com a realidade vivenciada no cotidiano. Também foram relacionados os conceitos de cidadania e subcidadania, a partir de uma leitura crítica da mídia sobre pessoas autistas.

A inquietação preliminar (ou hipótese) se havia maior interesse e foco das mídias em um perfil específico dentro do espectro autista, aquele classificado como autista com altas habilidades (AAH) ou superdotação (ASD), confirmou-se com as respostas das mães de autistas que, ao mesmo tempo concordaram com esta representação em ambientes midiáticos ficcionais e discordaram quando questionadas sobre a consonância entre o que está sendo veiculado sobre Autismo nas mídias e a realidade vivenciada no cotidiano.

Sobre o consumo midiático, três pontos merecem destaque:

1) o uso massivo das mídias sociais digitais, tanto para acesso quanto compartilhamento de conteúdos relacionados ao autismo, com uso assíduo do *Instagram* (62,5%), *Youtube* (40%), *Whatsapp* (37,5%), e *podcasts* (15%), que parecem assumir o lugar dos programas radiofônicos. Estes resultados encontram convergência com os relatórios de mídias sociais (Kantar Ibope Media, 2023; Mctic, 2022; Ibope, 2016), que trazem estas mesmas mídias no *ranking* de usos de mídias pelos brasileiros;

2) o consumo de mídias especializadas em autismo para questões específicas, notadamente ligadas à critérios de diagnóstico, características dos diferentes níveis de suporte, tratamentos de saúde, terapias efetivas, educação inclusiva, acesso a benefícios sociais. Também encontra justificativa na literatura por ser o autismo um construto ainda permeado por controvérsias, mitos, desinformação generalizada;

3) a atribuição de validade, verdade e confiabilidade despertada pelo jornalismo brasileiro, ainda tido como fonte primária pela maioria. Por outro lado, quanto ao nível de satisfação com a cobertura jornalística televisiva, especificamente, a maioria foi neutra (32,5%), podendo indicar a migração para acesso em meios *online* ou certa desconfiança gerada pela crescente onda de *fakenews* e influência de visões políticas nas informações apresentadas pelos diferentes veículos de comunicação. É uma pergunta aberta a ser investigada futuramente, especialmente em pesquisas qualitativas.

Quanto às limitações e consequentes estudos futuros, sugerimos a realização de pesquisas qualitativas com mães de autistas, especialmente as de filhos diagnosticados com TEA níveis II e III de suporte, para compreender melhor as realidades, silenciamentos e invisibilidades, bem como encontrar os elementos raros que não estão nas mídias. Também seria interessante uma comparação histórica de discursos das mídias nos últimos 10 anos, pelas transformações significativas ocorridas nos âmbitos político, econômico, sociocultural.

Em termos de pesquisa quantitativa, adicionar análises semântica e de juízes para aumentar a acurácia dos instrumentos desenvolvidos. Além de explorar outros extratos sociais, notadamente aqueles que fazem uso de serviços públicos como SUS, centros de reabilitação e espaços terapêuticos públicos; que buscam acesso a direitos e têm vários deles negados nas instâncias públicas, privadas e nos ambientes sociais; e que, não raras vezes, dependem de benefícios sociais e de políticas de transferência de renda para sobreviverem.

Existe um hiato entre o que é apresentado pelas mídias sobre o “ser autista” e a sua realidade, que pode chocar muita gente. É neste hiato, percebido a partir de uma leitura crítica da mídia, que a subcidadania grita! Ela grita pela ausência, pelo silenciamento, pela negação de sua existência, pela reivindicação de seu espaço rotineiramente negligenciado. A cidadania parece distante, assim como também é distante a compreensão do TEA.

Pessoas autistas são diminuídas a despesas pelos governos e planos de saúde; abandonadas pela maioria dos pais homens, que se esquivam das obrigações e negam suas “imperfeições”; submetidas a terapias intensivas na intenção de ganharem mais independência e autonomia, com evidências atuais de um ideal de 20h semanais com métodos comportamentais como a “Análise do Comportamento Aplicada” – ABA (*Applied Behavior Analysis*); invisibilizadas pelas mídias; violadas em seus direitos básicos.

Concluímos com o pensamento de que,

> o direito à comunicação, além da defesa da liberdade de expressão e da informação plural e diversa, que possibilite a visibilidade para os diferentes modos de vida e visão de mundo, exige o reconhecimento dos receptores e usuários das mídias como sujeitos do processo comunicacional. Para isso, é necessário garantir o acesso igualitário, a apropriação plena – inclusive com educação crítica para a mídia – e participação social efetiva em todos os âmbitos dos meios e plataformas. A cidadania comunicativa é, nessa perspectiva, a consciência, a formalização e o exercício dessas garantias do direito à comunicação [...] que exigem pensar seus inevitáveis aspectos políticos, sociológicos, éticos e psicológicos (Filho, 2021, p. 138-139).

Comunicação, Cidadania e Direitos Humanos caminham juntos, nem sempre de mãos dadas como seria no cenário ideal societário. Apesar disso, mães de autistas e pessoas autistas de todos os níveis de suporte seguem lutando por mais autonomia, liberdade, compreensão, empatia, justiça, segurança, saúde, educação, emprego, diversidade, equidade, inclusão. É uma luta diária por mais visibilidade, acolhimento afetivo e reconhecimento social como cidadãos. Buscando seus direitos e fazendo valer as suas vozes, nas mídias e fora das mídias.

REFERÊNCIAS

AMERICAN PSYCHIATRIC ASSOCIATION (APA). Manual diagnóstico e estatístico de transtornos mentais. 5. ed. **DSM-5-TR**. Porto Alegre: Artmed, 2023, 1152p.

ABREU, Tiago Florencio de. **Narrativas em áudio**: análise de conteúdo de podcasts sobre autismo no podosfera brasileira. 2022. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Faculdade de Informação e Comunicação, Universidade Federal de Goiás, Goiânia, 2022. Disponível em: https://bdtd.ibict.br/vufind/Record/UFG_5cea1fad81834ee7f5578d44513ff62f. Acesso em: 5 jul. 2023.

AGÊNCIA NACIONAL DO CINEMA (Brasil). **ANCINE**: Mercado cinematográfico 2022. Brasília, 2022. Disponível em: https://www.gov.br/ancine/pt-br/oca/publicacoes-1. Acesso em: 28 jul. 2023.

ANTUNES, D.; DHOEST, A. Autism and social media: The case of Brazil. **Observatorio**, [S. l.], v. 12, n. 4, p.1-12, 2018. DOI 10.15847/obsOBS12420181298. Disponível em: https://obs.obercom.pt/index.php/obs/article/view/1298. Acesso em: 14 ago. 2022.

BAPTISTA, Edilene Sanchez; GUMUCIO, Guillermo Matías; SCHMIDT, Cristina. A imprensa brasileira e a epidemia diagnóstica: avaliação da cobertura do transtorno do espectro autista. *In*: CONGRESSO NACIONAL DE EDUCAÇÃO, 4, 2017, Campina Grande. **Anais eletrônicos** [...]. Campina Grande: Realize Editora, 2017. Disponível em: https://editorarealize.com.br/artigo/visualizar/35379. Acesso em: 17 jul. 2023.

BARBOSA, Priscila Romero. Autismo. **Revista Educação Pública**, [*s. l.*], 02 dez. 2014. Disponível em: https://educacaopublica.cecierj.edu.br/artigos/14/40/autismo#:~:text=Autismo%2C%20do%

20grego%20aut%C3%B3s%2C%20significa,su%C3%AD%C3%A7o%20Eugene%20Bleuler%20em%201911. Acesso em: 25 jul. 2023.

BAUER, Martin W.; GASKELL, George. **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som**: um manual prático. Petrópolis: Vozes, 2008.

BRASIL. **Lei nº 12.764, de 27 de dezembro de 2012**. Institui a Política Nacional da Pessoa com Transtorno do Espectro Autista e estabelece diretrizes para sua consecução. Brasília, DF: Presidência da República, [2012]. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2012/lei/l12764.htm. Acesso em: 3 set. 2022.

BRASIL. **Lei nº 13.146, de 6 de julho de 2015**. Institui a Lei Brasileira de Inclusão da Pessoa com Deficiência. Brasília, DF: Presidência da República, [2015]. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2015/lei/l13146.htm. Acesso em: 4 jul. 2023.

BRASIL. **Lei nº 13.861, de 18 de julho de 2019**. Altera a Lei nº 7.853 de 24 de outubro de 1989, para incluir as especificidades inerentes ao Transtorno do Espectro Autista nos censos demográficos. Brasília, DF: Presidência da República, [2019]. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2019-2022/2019/lei/L13861.htm. Acesso em: 4 set. 2022.

BRASIL. **Lei nº 13.977, de 8 de janeiro de 2020**. Altera a Lei nº 12.764, de 27 de dezembro de 2012 (Lei Berenice Piana), e a Lei nº 9.265, de 12 de fevereiro de 1996, para instituir a Carteira de Identificação da Pessoa com Transtorno do Espectro Autista (Ciptea), e dá outras providências. Brasília, DF: Presidência da República, [2020]. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2019-2022/2020/Lei/L13977.htm#art2. Acesso em: 3 set. 2022.

BUSSAB, Wilton de O.; MORETTIN, Pedro A. Análise exploratória de dados. *In*: BUSSAB, Wilton de O.; MORETTIN, Pedro A. **Estatística Básica**. São Paulo: Saraiva, 2005. p. 9-95.

COMITÊ DE ÉTICA EM PESQUISA DA UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS (CEP-UFG). **Documentos para submissão de projetos**. mai. 2023. Disponível em: https://cep.prpi.ufg.br/p/43665-documentos-para-submissao-de-projetos. Acesso em: 3 jul. 2023.

DEBENEDETTE, V. CDC: 1 in 44 american children are diagnosed with autism. **VerywellHealth**, dec. 2021. Disponível em: https://www.verywellhealth.com/cdc-autism-children-5212627. Acesso em 02 set. 2022.

FERRARESI, V. **Do organismo ao corpo**: um estudo sobre a representação do autismo nos meios de comunicação. Orientação: Leny Magalhães Mrech. 219f. Dissertação (Mestrado em Educação) – Programa de Pós-Gradução em Educação, Faculdade de Educação, Universidade de São Paulo. São Paulo, 2017. Disponível em: https://teses.usp.br/teses/disponiveis/48/48134/tde-11042018-122744/pt-br.php. Acesso em: 25 ago. 2022.

FILHO, Ismar C. C. Cidadania comunicativa: a participação social no direito à comunicação. *In*: SILVA, Denise T. da. **Comunicação para a cidadania**: 30 anos em luta e construção coletiva. São Paulo: Intercom e Gênio Editorial, 2021. p. 133-157.

FREITAS, Bárbara Morais Santiago. **Toda mãe de autista sabe do que eu estou falando**: narrativas compartilhadas por mães de autistas em uma plataforma digital de vídeos. Orientadora: Paula Gaudenzi. 2020. 203f. Dissertação (Mestrado em Saúde da Criança e da Mulher) – Programa de Pós-Graduação em Saúde da Criança e da Mulher, Instituto Nacional de Saúde da Mulher, da Criança e do Adolescente Fernandes Figueira, IFF/Fiocruz. Rio de Janeiro, 2020. Disponível em: https://www.arca.fiocruz.br/handle/icict/47328. Acesso em: 01 ago. 2022.

GÜNTHER, Hartmut. **Como elaborar um relato de pesquisa**. Brasília, DF: UnB - Laboratório de Psicologia Ambiental, 2015.

HAIR, F. J.; BLACK, W. C.; BABIN, B.; ANDERSON, R. E.; TATHAN, R. L. **Análise multivariada de dados**. Porto Alegre: Bookman, 2009.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (Brasil). **IBGE**: Indicadores sociais mínimos: notas técnicas. Brasília, [2015?]. Disponível em: https://www.ibge.gov.br/estatisticas/sociais/populacao/17374-indicadores-sociais-minimos.html?=&t=notas-tecnicas.pdf. Acesso em: 22 jul. 2023.

INSTITUTO BRASILEIRO DE OPINIÃO PÚBLICA E ESTATÍSTICA (Brasil). **IBOPE**: Pesquisa Brasileira de Mídia. Brasília, ago. 2016. Disponível em: https://www.abap.com.br/wp-content/uploads/2021/06/pesquisa-brasileira-de-midia-2016.pdf. Acesso em: 22 jul. 2023.

INSTITUTO BRASILEIRO DE OPINIÃO PÚBLICA E ESTATÍSTICA (Brasil). **KANTAR IBOPE MEDIA**: Dados e rankings. Brasília, 2023. Disponível em: https://kantaribopemedia.com/brazil/. Acesso em: 22 jul. 2023.

JACKS, Nilda; ESCOSTEGUY, Ana Carolina. **Comunicação e Recepção**. São Paulo: Hacker Editores, 2005.

JACKS, Nilda; WOTTRICH, Laura; SIFUENTES, Lírian (Org.). **Meios e audiências marco zero**: 50 anos de estudos e outras jornadas da recepção. São Paulo: Pimenta Cultural, 2023.

MACÊDO, Luciana de D; MAINIERI, Tiago. Comunicação midiática: tensões e desafios entre o público e privado na sociedade democrática. *In*: MORAES, Ângela T. de.; MACHADO, Larissa. **Democracia, comunicação e cidadania**. Goiânia: Cegraf UFG, 2021. p. 80-92.

MELLO, A. M. S. *et al*. **Retratos do autismo no Brasil**. 1. ed. São Paulo: AMA, 2013.

MINISTÉRIO DA CIÊNCIA, TECNOLOGIA E INOVAÇÕES (Brasil). **MCTIC**: Indicadores estaduais do setor de comunicações. Brasília, 2022. Disponível em: https://antigo.mctic.gov.br/mctic/opencms/indicadores/detalhe/dados_setor_comunicacoes/Indicadores-Estaduais-de-Comunicacao.html. Acesso em: 29 jul. 2023.

OROZCO GÓMEZ, Guillermo. Las audiencias mediáticas desde su recepción: medio siglo de su investigación en Brasil. *In*: JACKS, Nilda; WOTTRICH, Laura; SIFUENTES, Lírian (Org.). **Meios e audiências marco zero**: 50 anos de estudos e outras jornadas da recepção. São Paulo: Pimenta Cultural, 2023. p.10-14.

PASQUALI, Luiz. Testes referentes a construto: teoria e modelo de construção. *In*: PASQUALI, Luiz *et al*. **Instrumentação psicológica**: fundamentos e práticas. Porto Alegre: Artmed, 2010. p. 165-198.

PERES, Edis Henrique; MARTINS, Rafaela; CHABALGOITY, Gabriela; ANGELI, Maria Eduarda. Cerca de 2 milhões de pessoas vivem com o autismo no Brasil. **Correio Braziliense**, Brasília, 02 abr. 2022. Disponível em: https://www.correiobraziliense.com.br/brasil/2022/04/4997766-cerca-de-2-milhoes-de-pessoas-vivem-com-o-autismo-no-brasil.html. Acesso em: 10 jul. 2023.

RIOS, C.; JUNIOR, K. R. C. Especialismo, especificidade e identidade: as controvérsias em torno do Autismo no SUS. **Ciência & Saúde Coletiva**, [s. l.], v. 24, n. 3, p. 1111-1120, mar. 2019. DOI 10.1590/1413-81232018243.07862017. Disponível em: https://www.scielo.br/j/csc/a/kdG6mMDvv4LnHk56kFyqLXr/?lang=pt. Acesso em 04 set. 2022.

SANCHO, J. M. C. **Influência dos media portugueses na percepção pública do autismo**. Orientação: Inês Queiroz. 2021. 79f. Dissertação (Mestrado em Comunicação de Ciência) – Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação, Faculdade de Ciências Sociais e Humanas, Universidade Nova de Lisboa. [Lisboa?], 2021. Disponível em: https://run.unl.pt/handle/10362/136012. Acesso em: 07 set. 2022.

SIGNATES, Luiz; MORAES, Ângela T. (Orgs.). **Cidadania Comunicacional**: teoria, epistemologia e pesquisa. Goiânia: Gráfica UFG, 2019.

SMEHA, Luciane Najar; CEZAR, Pâmela Kurtz. A vivência da maternidade de mães de crianças com autismo. **Psicologia em Estudo**, Maringá, v. 16, n. 1, p. 43-50, jan./mar. 2011. Disponível em: https://www.scielo.br/j/pe/a/QypM8WrpBcGX9LnwfvgqWpK/?format=pdf&lang=pt. Acesso em 05 jul. 2023.

TIKTOK helps illustrate the individuality of autismo. **HealthNews**, [S.l.], apr. 2021. Disponível em: https://www.verywellhealth.com/individual-autism-experiences-tiktok-5176309. Acesso em: 25 aug. 2022.

TUZZO, Simone A. Cidadania e leitura crítica da mídia. *In*: MARTINS, Moisés de L.; OLIVEIRA, Madalena (Orgs.). **Comunicação ibero-americana: os desafios da internacionalização**. Cidade: Universidade do Minho, 2014, p. 3908-3916. (Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade).

WHITMAN, Thomas L. **O desenvolvimento do autismo**: social, cognitivo, linguístico, sensório-motor e perspectivas biológicas. São Paulo: M. Books, 2015.

As autoras são responsáveis pela fidedignidade dos dados apresentados.

A ESFERA PÚBLICA DIGITAL: ALGORITMOS, REGULAÇÃO E LIBERDADE EM REDE

Bruno Eduardo Balduino de Souza[1]
Mendes Zeferino Pereira Padeira[2]

RESUMO

Diante das formulações e reformulações de Habermas do que é a esfera pública, observando seus feitos e defeitos, é preciso refletir sobre como a internet afeta a formação da opinião pública atualmente. Para tanto, é necessário considerar, a partir de pesquisa bibliográfica, a importância de engendrar alguma governança desses espaços, onde, ausente regulação, podem prevalecer interesses que estruturam debates que são acessíveis e interativos, mas menos afetos à tolerância e ao consenso.

Palavras-chave: Habermas; Esfera pública; Algoritmo; Redes sociais; Regulação.

THE DIGITAL PUBLIC SPHERE: ALGORITHMS, REGULATION AND FREEDOM ON WEB

ABSTRACT

From Habermas formulations and reformulations about the public sphere, observing its achievements and defects, it's necessary to reflect on how the internet affects the formation of public opinion nowadays. To this end, it's necessary to consider, by bibliographical research, the importance of engendering some governance of these spaces, where, in the absence of regulation, interests may prevail to mold debates that are accessible and interactive, but less sympathetic to tolerance and consensus.

Keywords: Habermas; Public sphere; Algorithm; Social networks; Regulation.

INTRODUÇÃO

O presente artigo tem como intuito apresentar contextos e analisá-los a partir da literatura que os relaciona. O principal objetivo é compreender em que aspectos a descrição da esfera pública burguesa pelo alemão Jürgen Habermas se reproduz no mundo digital. De tal modo, o primeiro passo é revelar a visão de tal autor, basilar para os estudos da comunicação e da democracia contemporânea. Além de tratar da constituição da referida esfera, é preciso expor o que, na visão do conceituador, deu causa à sua degeneração.

Dando sequência, é necessário apresentar o cenário atual, de hegemonia da comunicação digital, a fim de que se entenda como ele se estrutura e quais são as suas

[1] Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Faculdade de Informação e Comunicação da Universidade Federal de Goiás, brunobaldu@hotmail.com.
[2] Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Faculdade de Informação e Comunicação da Universidade Federal de Goiás, mendespadeira@discente.ufg.br.

implicações na vida de quem faz uso cotidiano dessas ferramentas. Por fim, serão apresentadas eventuais mazelas e elaboradas possíveis respostas para tais, concentrando os esforços na pertinência de uma regulamentação atualizada e efetiva, ainda que não seja essa a panaceia de todos os seus males.

Para tanto, serão apresentados conceitos e perspectivas de distintos autores selecionados a partir de pesquisa bibliográfica, metodologia adotada para esse estudo. A partir das ideias e conexões construídas, pretende-se conflagrar uma interpretação crítica para os assuntos enunciados com o auxílio do conhecimento produzido por pesquisadores e pensadores que dedicaram suas vidas acadêmicas ao tema.

Centrado em bibliografia selecionada, o texto aborda, de forma resumida, as colocações e revisões de Habermas e de alguns de seus críticos, além de ponderações de pensadores que tratam dos dilemas da política, da economia e da comunicação em rede, visando refletir e problematizar acerca da concentração de poder e controle desses espaços virtuais por corporações com fins lucrativos, a despeito de ser o ciberespaço vocacionado ao debate de assuntos de interesse público, do que se presume sua função social.

Diante da falta de regulação efetiva, esse oligopólio parece ter moldado uma dinâmica social que impacta do consumo à política, incluindo o indivíduo no centro da produção de conteúdo, contudo impondo-lhe engenharias algorítmicas que criam restrições ao sucesso da sua performance, que, cada vez mais, pode estar atrelada a sua subsistência.

A partir da análise desses pontos, busca-se questionar se a possibilidade de exercer a cidadania de uma forma mais satisfatória com a emergência da era digital foi uma miragem ou se ainda há como resgatar essa ideia por meio de um rearranjo que exige um esforço global por regras de convivência e de exploração econômica do ambiente virtual mais democráticas e plurais.

METODOLOGIA

O presente trabalho é de natureza qualitativa e segue o tipo de pesquisa bibliográfica, desenvolvida a partir da análise de publicações selecionadas e referenciadas.

SURGIMENTO E CORROSÃO DA ESFERA PÚBLICA BURGUESA

Habermas, em sua obra seminal “Mudança Estrutural da Esfera Pública: Investigações sobre uma categoria da sociedade burguesa”, traça um panorama histórico e analítico de

emergência e transformação da esfera pública. Ele a conceitua como espaço de interação social onde indivíduos privados se reúnem para discutir questões comuns, formando uma opinião pública que influencia as decisões políticas. Para ele, cidadãos "reivindicam esta esfera pública regulamentada pela autoridade, mas diretamente contra a própria autoridade, a fim de discutir com ela as leis gerais da troca na esfera fundamentalmente privada, mas publicamente relevante, as leis do intercâmbio de mercadorias e do trabalho social" (Habermas, 1984, p. 42).

O autor situa o surgimento da esfera pública burguesa na Europa dos séculos XVIII e XIX, período de ascensão da burguesia e de desenvolvimento do capitalismo, que impulsionou a criação de espaços de debate, como salões, cafés e jornais, onde pessoas podiam discutir livremente sobre temas políticos e sociais. A esfera pública, nesse contexto, era um local de formação da opinião pública e de controle de poderes de Estado.

Ao longo do tempo, Habermas identifica um processo de transformação e deterioração da esfera pública, que, originalmente concebida como um espaço de debate racional e igualitário, foi aos poucos se fragmentando e se submetendo a interesses particulares, especialmente os econômicos.

Almeida (2008), nesse processo de transformação, identifica a crescente influência dos meios de comunicação de massa (a imprensa, o rádio e, posteriormente, a televisão, se tornam os principais veículos de comunicação, concentrando em poucas mãos o poder de formar a opinião pública); a profissionalização da política (cada vez mais complexa e especializada, demandando profissionais com conhecimentos técnicos, levando à formação de elites políticas distantes da população e menos suscetíveis à influência da opinião pública) e a mercantilização da cultura (a cultura passa a ser vista como um produto a ser consumido, e a indústria cultural molda os gostos e as preferências do público) contribuíram para a fragmentação da esfera pública e a perda de sua autonomia. Os interesses econômicos das grandes corporações e dos grupos de poder passaram a dominar o debate público, moldando a agenda política e influenciando a opinião pública de forma cada vez mais sutil e eficaz.

Em relação ao processo de deterioração, Almeida (2008) destaca a perda da autonomia da esfera pública (a esfera pública deixa de ser um espaço autónomo e se torna cada vez mais dependente de interesses externos, como os econômicos e os políticos); a fragmentação da opinião pública (a diversidade de opiniões e a proliferação de meios de

comunicação dificultam a formação de uma opinião pública consensual) e a manipulação da informação (a disseminação de informações falsas e a propaganda política distorcem o debate público e dificultam a tomada de decisões racionais). Reflexões semelhantes são observadas por Habermas na mais recente mudança estrutural dessa esfera pública, que passa agora a ocupar ambientes digitais.

NOVA MUDANÇA ESTRUTURAL

As inovações tecnológicas, como a reestruturação midiática em plataformas de mídia social e o *big data,* provocam modificações em todo o processo comunicacional, Habermas, na recente obra "Uma nova mudança estrutural da esfera pública e a política deliberativa" (2023), após quase um século de existência e muitas décadas dedicadas à pesquisa desse tema, procura entender a função que a esfera pública cumpre na preservação da democracia.

A perspectiva é de que a saúde de uma democracia pode ser medida pela qualidade de suas conversas públicas. Quanto mais as pessoas discutem ideias com base em argumentos sólidos, de forma aberta e respeitosa, mais democrática é a sociedade, de maneira que a comunicação pública pode ser apontada como um termômetro da democracia.

Quando revisitou o conceito de esfera pública pela primeira vez, 30 anos depois da publicação original, o autor ressaltou sua crescente abstração, decorrente da comunicação cada vez mais mediada. Para Habermas (1992, p. 93), quanto mais a esfera pública se desliga do aspecto físico, contemplando a presença virtual, "mais clara se torna a abstração que acompanha a passagem da estrutura espacial das interações simples para a generalização da esfera pública". Ele acrescenta que esse processo exige uma preocupação maior com as explicações e o desapego à linguagem técnica-especializada.

Sobre esse contexto, o autor nota que, "embora o uso da internet tenha se espalhado rapidamente nas últimas duas décadas e a televisão e o rádio tenham mantido mais ou menos suas percentagens, o consumo de jornais impressos e revistas está caindo drasticamente" (Habermas, 2023, p. 29). É preciso, porém, advertir que esse processo corre em matizes diferentes pelo mundo. Moçambique, por exemplo, na África austral, ainda faz uso massivo de jornais impressos, constituindo uma das formas prevalentes de fazer chegar a informação ao público, apesar do panorama global.

A despeito dessas particularidades, observa-se que Habermas procura se debruçar, em sua nova obra, na ascensão da nova mídia, que afirma estar ocorrendo à sombra de uma exploração comercial da comunicação de rede quase ausente de regulamentação e admite existir dificuldades, em termos empíricos, dos efeitos produzidos na formação de opinião e da vontade na esfera pública política durante a introdução da internet e da mídia social.

> […] o nível relativamente estável da participação da televisão e do rádio no consumo da mídia em geral sugere que esses dois meios de comunicação continuam fornecendo, até o momento, informações políticas confiáveis e suficientemente diversificadas para pelo menos três quartos do eleitorado dos Estados-membros da União Europeia. Ainda mais notável é outra tendência, obviamente, a crescente infiltração de *fake news* na esfera pública política, especialmente a espetacular evolução para uma democracia da pós-verdade […]. (Habermas, 2023, p. 65-66)

Diante disso, a mídia é o motor da opinião pública. Sem ela, seria muito difícil formar as diversas opiniões que são necessárias para que a política seja democrática e funcione de forma justa. A qualidade dessas opiniões depende diretamente da maneira como a mídia as produz. O pensador questiona como a digitalização mudou o sistema midiático que orienta a comunicação de massa e sugere que existe, nesse sistema, uma equipe profissionalizada desempenhando o papel de *gatekeepers* dos fluxos de comunicação a partir dos quais os cidadãos condensam opiniões públicas. "A equipe é composta por jornalistas que trabalham para as agências de notícias, a mídia e as editoras, ou seja, profissionais que desempenham funções autorais, de edição, de revisão e de gerência na mídia" (Habermas, 2023, p. 55).

Surge aqui a infraestrutura da esfera pública, controlada pelos *gatekeepers* e as empresas que organizam a tecnologia de produção e organização da distribuição do sistema de mídia que privilegia parâmetros como o alcance e a qualidade deliberativa da oferta. Essa lógica, entretanto, é atropelada pela nova estrutura, que oferece ao consumidor um papel de autor e possibilita conexões menos mediadas.

Habermas chama atenção para uma cidadania ativa, que, na sua visão, requer uma cultura política amplamente plural para ter alcance, formada pela disposição dos cidadãos de reconhecer reciprocamente os outros como concidadãos e colegisladores democráticos, em igualdade de direitos. Requer também algum grau de igualdade social. Do contrário, visto a correlação apontada pelo autor entre a saúde da esfera pública e a solidez da democracia, a decadência da primeira pode ser a derrocada do sistema político que sustenta a segunda.

Nesse ponto, ele alerta para a necessidade de entender essa nova mudança estrutural decorrente da digitalização, anotando que “não se trata apenas de uma ampliação dos serviços de mídia existentes, mas de uma ruptura no desenvolvimento da mídia na história humana, comparável à introdução do livro impresso” (Habermas, 2023, p. 57), e que “chama a atenção para a regulação política insuficiente da nova mídia” (Habermas, 2023, p. 46).

EMERGÊNCIA DA ESFERA DIGITAL

Os estudos de Habermas fornecem uma base crítica para entendermos a interação entre espaço público e o exercício do debate na sociedade moderna. À luz da popularização da internet e das redes sociais, é preciso explorar a aplicação de tal base teórica aos espaços virtuais contemporâneos, a fim de entender como eles acomodam as discussões, considerando potenciais e limitações, e como influenciam a cultura, o comportamento e a política dos nossos tempos.

Como já foi dito, a esfera pública habermasiana descreve um espaço em que cidadãos se reúnem para discutir questões comuns e formar opiniões críticas. Para além de um logradouro, essa esfera - burguesa e moderna - se realizou no cotidiano de uma Europa com intensas trocas mercantis e crescente urbanização. Losekann (2009, p. 41) anota que ela “jamais pode ser confundida com alguma instituição, organização ou qualquer estrutura normativa. Também não é possível delimitar seus limites e fronteiras previamente. Ela se constitui como uma estrutura aberta”. Não se trata, portanto, de uma praça de deliberações, como na democracia ateniense, mas de um conjunto de interações sociais reforçado por uma imprensa púbere e uma agenda cultural induzida e conduzida pelos interesses da nova elite.

Ainda que esse conceito esteja relacionado a uma comunicação mais livre e igualitária que a sua precedente (dos tempos feudais), o próprio autor incursiona pelos vícios que macularam a esfera pública burguesa, como apontado alhures, entre os quais destacaram-se como consequência a concentração de meios de comunicação em poucas mãos e a conversão da cultura, antes popular e espontânea, em uma indústria, afetando debates e desejos de uma sociedade cada vez mais globalizada.

Dito isso, desde o advento da internet, muito se debate se os espaços virtuais representam uma possibilidade de reenergizar a esfera pública, tornando-a mais plural, acessível e horizontal. Redes sociais, blogs e fóruns permitem o intercâmbio entre gente oriunda de diferentes contextos, potencialmente ampliando o alcance e a diversidade da

comunicação, antes concentrada nos detentores das tecnologias para emissão de mensagens às massas.

Para Silveira (2009), a arquitetura da internet e a redução dos custos para se tornar um emissor faz com que o cidadão comum possa levar sua mensagem para milhões de pessoas. Barros e Sampaio (2012, p. 90) acrescentam, ainda, que o "caráter assíncrono da internet também seria benéfico, pois as vozes poderiam ser ouvidas a qualquer momento e até ao mesmo tempo, já que as reuniões síncronas não são mais necessárias".

Os espaços virtuais apresentam características associadas à esfera pública ideal, podendo ser abertos e inclusivos, oportunizando a expressão de uma vastidão de perspectivas. Ademais, o ciberespaço tem por característica a conectividade, com interação menos mediada entre os participantes. E tudo isso em escala global, não se restringindo por fronteiras geográficas.

Porém, com o avançar das experiências em rede, desvios foram percebidos. Dahlberg (2001) elencou alguns: o marketing tende a prejudicar a autonomia do ciberespaço; a reflexibilidade é escassa; em muitos fóruns não há respeito com as diferenças; é difícil verificar revisão de posicionamento dos indivíduos; exclusões do mundo real se refletem no virtual; e discursos de certos grupos tendem a prevalecer.

Para além desses problemas, os espaços virtuais enfrentam desafios como a concentração de poder e controle na mão de poucas organizações. Empresas como Meta, Google e X controlam a infraestrutura da comunicação online, o que limita a diversidade de opiniões e o acesso igualitário. Elas também definem a engenharia dos algoritmos, ditando o que é prioridade em termos de conteúdo e formato, o que pode levar à polarização e à fragilidade do debate público. Além disso, privacidade e vigilância são pontos sensíveis, pois a coleta de dados pelas *big techs* pode inibir a liberdade de expressão e criar um ambiente muito mercantilizado.

Os rumos tomados pelo ambiente digital ferem o entusiasmo e projeções que muitos tinham para esses espaços:

> No início, parecia que com o formato da nova mídia finalmente estava sendo cumprida a pretensão igualitária e universalista da esfera pública burguesa de incluir todos os cidadãos em igualdade de direitos. Essa mídia daria a todos os cidadãos uma voz própria publicamente perceptível, e inclusive daria a essa voz uma força mobilizadora. […] Mas a lava desse potencial simultaneamente antiautoritário e igualitário, que ainda poderia ser sentido no espírito empreendedor californiano dos

> primeiros anos, logo se petrificou na careta libertária das corporações digitais do Vale do Silício que dominam o mundo. (Habermas, 2023, p. 61)

Há uma década, uma análise das plataformas mais usadas apontou que 98% delas eram administradas por organizações com finalidades lucrativas e 88% utilizavam publicidade direcionada. 72% estavam sediadas nos EUA; 17%, na China; 3%, no Japão; 4%, Rússia; 2%, Reino Unido; 1%, no Brasil e França, o que Jin (*Apud* Fuchs, 2013) classificou como imperialismo das plataformas.

Agravando o quadro, projetos desviantes do padrão apontado, ou seja, que não têm finalidade lucrativa, como as páginas wiki, mais colaborativos e descentralizados, perderam fôlego na economia da atenção anabolizada pelos dispositivos portáteis. E contribui com isso a prática comercial das operadoras de internet, em parceria com as gigantes digitais, de oferecer acesso sem consumo da franquia contratada aos *apps* mais populares, induzindo o usuário a priorizar estar naqueles espaços, um sintoma de uma esfera que, quanto maior, mais drena o que está à sua margem.

PRODUÇÃO DE CONTEÚDO, CONTROLE E REGULAÇÃO DA ESFERA DIGITAL

Deve-se ressalvar que a internet quebrou monopólios de acesso à produção da comunicação mediada. Notando que novas tecnologias se tornaram instrumento de trabalho, de lazer e de espaço público, Miege (2009, p. 124) comenta que o indivíduo é autodidata das novas técnicas, até mesmo uma criança, e que “mais gente torna-se produtor de conteúdo, além de utilizá-la como fonte de informação“, Ele também acrescenta que o telespectador contemporâneo não aceita mais transmissões unidirecionais.

Nessa mesma linha, Habermas (2023, p. 59) observa que, “em princípio, a nova mídia *capacita* todos os potenciais usuários a serem autores independentes e com igualdade de direitos”, mudança de padrão de comunicação que rompe com a mídia tradicional e que pode confundir a percepção do público sobre a natureza dessas plataformas, não as percebendo como mídia, papel relegado à sua roupagem anterior.

Essa nova dinâmica, contudo, dissimula algo que resistiu firme às novidades: o controle dos meios ainda cabe a um grupo muito restrito, possivelmente mais exclusivo que o das tecnologias antecedentes, haja vista que as novas plataformas se impõem a nível global, pondo abaixo nuances regionais que em outro momento se perceberia no mercado

de mídia. A influência desse oligopólio representa uma barreira à consolidação de uma esfera digital voltada à cidadania.

A manipulação de fluxos de informação pode comprometer a qualidade e a equivalência do debate público, tornando os espaços virtuais mais limitados quando comparados com a esfera idealizada por Habermas. Para que eles se aproximem do ideal de espaço inclusivo e crítico, é necessário enfrentar desafios relacionados a esse controle e promover a diversidade e a equidade na disseminação e consumo de informações. O'Neiil (2020, p. 202) aponta que, além de dados, esses modelos são construídos "das escolhas que fazemos sobre em quais dados prestar atenção - e quais deixar de fora. Essas escolhas não tratam apenas de logísticas, lucros e eficiência. Elas são fundamentalmente morais." A depender delas, a esfera digital não só corre o risco de não se realizar como pode acarretar um retrocesso.

O conceito de tecnofeudalismo (Varoufakis, 2023) descreve um sistema econômico em que a tecnologia e o controle digital recriam estruturas de poder e exploração similares às do feudalismo medieval, agora adaptadas à era digital. É possível notar essa tendência nas relações de poder de grandes corporações de tecnologia, que controlam recursos essenciais (como dados e infraestrutura digital), estabelecendo relações assimétricas com indivíduos e pequenas organizações.

Uma economia de plataforma, na qual empresas de tecnologia intermedeiam interações econômicas e sociais, concentrando cada vez mais essas atividades, fomenta desigualdades, com *big techs* acumulando riqueza e poder ao passo que os indivíduos se tornam cada vez mais dependentes dessas corporações para suas demandas diárias e econômicas. Assim como no feudalismo, onde os servos estavam presos à terra dos senhores, no tecnofeudalismo, os usuários são reféns de plataformas, tendo pouca autonomia e enfrentando formas modernas de exploração, como a coleta e venda de dados pessoais sem qualquer compensação ou, em alguns casos, restrições legais.

O indivíduo da era digital depende de plataformas em inúmeras camadas privadas e públicas do seu cotidiano. Ele se desloca de Uber, usa iFood para se alimentar, contrata prestadores de serviços na GetNinjas, constroi relações afetivas no Tinder, se informa no Flipboard, consome produtos audiovisuais na Netflix, ouve músicas no Spotify, busca a melhor rota no Waze, registra desempenho no Strava, organiza sua rotina de trabalho no Trello e utiliza o Zoom para buscar ofertas. "Fomos nos habituando a ter nossas demandas e

nossos desejos imediatamente satisfeitos. Qualquer que seja a exigência, 'There's an app for that' – 'Há um aplicativo para isso' – prometia o slogan da Apple" (Da Empoli, 2019, p. 44). Ainda que essas atividades possam ser realizadas sem apps, é inegável a praticidade que eles proporcionam a um baixo custo (ou nenhum), não ficando claro ao usuário que seus dados são a recompensa pelo serviço oferecido.

Mas não só o indivíduo adere a esse jogo; empresas, marcas, instituições públicas e organizações civis precisam ocupar espaço nas redes para que atinjam seus objetivos. Todos com propósitos distintos, mas sujeitos ao mesmo algoritmo, que define regras de ocupação iguais para uma adolescente que faz vídeos de maquiagem e para a Defensoria Pública da União, instituição que presta serviços essenciais e, muitas vezes, urgentes a pessoas em situação de vulnerabilidade.

Varoufakis sugere que, assim como o feudalismo se sustentava no vácuo de um poder central forte, o tecnofeudalismo se beneficia da falta de uma regulação adequada, o que permite que tais corporações dominem o mercado e a sociedade. Nesse sentido, é como se a esfera pública burguesa tivesse livrado a Europa do feudalismo apenas para poucos séculos depois mergulhar todo o globo em uma nova era feudal.

O declínio do feudalismo acarreta na ideia de estado democrático de direito, modelo ancorado na previsibilidade legal dos atos e na supressão dos arbítrios dos estados-nação. Considerando a analogia proposta, pode-se apontar uma provável relação entre a precária - ou ausente - regulação do espaço cibernético e o domínio deste por poucos senhores.

A regulação de novas tecnologias é tema intermitente em âmbito legislativo. No Brasil, houve outrora a preocupação do legislador para que a televisão e o rádio fossem compreendidos como serviços públicos concedidos à iniciativa privada para exploração, desde que preservando a soberania nacional e valores democráticos, havendo, por exemplo, limitação ao capital externo e ao domínio da programação por produções estrangeiras.

A atual redação do artigo 222 da Constituição Federal, por exemplo, define que "a propriedade de empresa jornalística e de radiodifusão sonora e de sons e imagens é privativa de brasileiros natos ou naturalizados há mais de dez anos, ou de pessoas jurídicas constituídas sob as leis brasileiras e que tenham sede no País" (Brasil, 2002). Essa limitação resiste, mas é questionada, inclusive por lobby da Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão (Abert), para que seja flexibilizada ou até revogada, visando o financiamento internacional (Possebon, 2020).

Porém, não se enxerga no legislador contemporâneo a mesma preocupação quanto às novas mídias. A hiperconectividade foi absorvida pela sociedade de forma tão oxímora - voraz e sútil - que atropelou o ordenamento jurídico sem respostas no horizonte. Do direito penal às responsabilidades civis e relações empresariais que condiciona, a internet passou incólume às tentativas de adaptar leis analógicas a uma realidade digital.

A internet passa à margem da legislação ao ponto de, em audiência pública realizada no Congresso Nacional em 2010, a Abert questionar o porquê de alguns portais digitais não cumprirem a restrição ao capital estrangeiro e, na ocasião, o representante do Terra argumentar que a exigência seria inócua, pois bastaria ao portal migrar para outro país e veicular seu conteúdo a partir de lá (Haje, 2010). O referido debate parece aplacado, não por uma solução, mas pelo soterramento das páginas de web jornalismo pela emergência do jornalismo em redes sociais, primeiro no Facebook, que se popularizou naquele mesmo ano, reformulando as relações de produção e consumo de conteúdo.

A suposta liberdade sentida pelo usuário em espaços virtuais que lhe deram acesso a informações, audiência e voz se tornou argumento para recear qualquer tentativa de impor condições democráticas e republicanas à vida digital. Esse temor foi, inclusive, explorado pelas plataformas quando o debate sobre regulação das redes ganhou tração recentemente no Brasil. A estratégia de fazer publicidade em seus próprios espaços denunciando o risco de censura e de minorar o alcance de conteúdos favoráveis à regulação são demonstrativos de como operam seus donos.

Em 2023, por exemplo, no momento em que o Projeto de Lei 2630, que ficou popularmente conhecido como PL das Fake News, estava em sua maior evidência nos espaços midiáticos e políticos, no rescaldo dos eventos de 8 de janeiro daquele ano, o Google publicou em suas plataformas mensagem contrária à propositura, alcançando milhões de usuários desavisados (Rodrigues, 2023). Um ano antes, a mesma empresa já havia publicado anúncios em TV e jornais contra a referida proposta (Shores, 2022).

Não faz muito tempo, todavia, o debate sobre a liberdade nas redes estava menos na superfície, no conteúdo, e mais nas profundezas da programação. A utopia do código livre foi suplantada por códigos fechados, impenetráveis, essencialmente autômatos, renomeados de algoritmos, aos quais o usuário molda forma e matéria da sua expressão para atender às expectativas que não são da própria comunidade, mas da plataforma.

A recente decisão do X de encerrar operações executivas no Brasil, com o fechamento de escritório em resposta a demandas do Poder Judiciário brasileiro, nomeadamente do ministro Alexandre de Moraes, do Supremo Tribunal Federal, é uma clara sinalização de que a plataforma não se sente confortável em se submeter à regramentos além dos leoninos termos de uso aderidos por seus usuários. Nemer contextualiza que Elon Musk não está disposto a entender contextos e regras locais, mas "qualquer pessoa que lida com as questões de política pública (...) não vai querer uma plataforma tão poderosa, que tem o poder de definir e moldar discussões e opiniões, sem seguir a própria regra desses locais" (2024).

Avaliando o apelo dessa nova espécie de capitalista por liberdade para se autorregular, Zuboff (2019, p. 585) aponta que ela não se difere dos antigos ao exigir liberdade irrestrita. A diferença é que os capitalistas convencionais justificam a mão invisível pela ignorância (se o mercado é impossível de conhecer, é preciso dar ampla liberdade aos seus atores), enquanto que o capitalista que retém seus dados se guia por um completo e preciso saber sobre ti, mas não abre mão de liberdade. "Os capitalistas de vigilância reivindicam a liberdade de ordenar o conhecimento e então potencializam essa vantagem em conhecimento para proteger e expandir sua liberdade".

A Lei Nº 12.965, de 2014, conhecida como Marco Civil da Internet, define que, para "assegurar a liberdade de expressão e impedir a censura", serviços online não são responsáveis por conteúdo de terceiros, exceto se, "após ordem judicial específica, não tomar as providências para (...) tornar indisponível o conteúdo" (Brasil, 2014). A norma coaduna com a Section 230, dispositivo legal estadunidense que, em 1996, deu imunidade aos serviços de internet visando prosperar um mercado ainda tímido naquela ocasião.

O Marco, entretanto, já parece defasado diante dos novos dilemas e desafios fomentados pelo ritmo da sociedade em rede, na qual 10 anos parecem um século. Um deles, exemplificado acima, é a realidade de plataformas resistindo a decisões judiciais, além da disputa ideológica sobre os contornos da liberdade de expressão e a interferência de *big techs* multinacionais no debate nacional sobre regulação das redes.

É salutar questionar se cabe ao Judiciário se intrometer de tal maneira nesse campo escasso de regras, mas o silêncio de quem se espera a iniciativa de regular (Legislativo e Executivo) gera vácuos que, como se sabe, existem na física, mas não na política. Deixando a analogia com o feudalismo de lado para adotar uma nova, os espaços digitais ressoam como

o velho oeste mitológico do cinema: terra de foras-da-lei e xerifes que impõe a ordem ao seu próprio modo.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com escrita iniciada no decorrer do embate que levou à suspensão do acesso ao X, antigo Twitter, no Brasil, esse artigo nota tal episódio para anotar que o tema se torna mais pertinente a cada dia. Porém, não se trata de um estudo de caso, muito menos de um parecer jurídico da questão, de modo que o debate sobre como a descrição de Habermas dos vícios e virtudes da esfera pública burguesa são transpostos ao meio virtual é preservado.

Identificando que fenômeno parecido com aquele descrito por Habermas tem ocorrido nos espaços digitais, é possível afirmar que a concentração de poder gera graves prejuízos à formação da opinião pública, independentemente de como e onde ela se sedimenta. Também importa dizer que esse processo de degeneração da esfera digital tem ocorrido de forma bastante acelerada, visto que a *world wide web* é viável comercialmente há 30 anos e as redes sociais mais populares estão ativas há somente 15 anos ou menos.

Assim como foi com outras tecnologias de comunicação, como a televisão, o rádio e até mesmo os correios, é preciso que a sociedade desperte para a demanda política de definir regras à vida digital que preservem os interesses da coletividade, de modo a impedir que as distorções geradas por interesses comerciais, engenhosamente inseridos na programação dos algoritmos, modulem o debate público. Visando a preservação da ordem democrática, é preciso “construir instituições políticas com uma aparelhagem adequada e suficientemente flexível para ampliar a participação e a discussão criativa e transformadora” (Maia, 2011 p. 78), devendo estar inseridas nessa dinâmica as mídias sociais.

De mesmo modo, é relevante observar que as plataformas digitais se furtam de obrigações impostas a outros meios de comunicação, ainda que o sejam, como reconhece Dino (2024, p. 5) ao asseverar que quando elas “passam a lucrar com o impulsionamento de conteúdos, patrocínios, sistemas de recomendações e estabelecimento de filtros é óbvio que se trata de meios de comunicação”. Então por que não cumprem, por exemplo, restrições de financiamento por capital estrangeiro e se esquivam do cumprimento de ordens judiciais fechando escritórios no país?

Essa realidade de insubmissão não é exclusiva do Brasil. Sobre isso, Habermas (2023, p. 80) aponta que "plataformas, ao contrário da mídia clássica, não querem assumir qualquer responsabilidade pela disseminação de conteúdos comunicativos sensíveis à verdade, ou seja, propensos a enganos". Poucas nações têm arcabouços legais robustos para lidar com o oligopólio das *big techs* e parte delas não são exemplos de democracia desejável. Portanto, trata-se de um problema de dimensão global, que exige um debate complexo e constante na busca por soluções que preservem tanto soberanias nacionais quanto liberdades individuais.

Ademais, a mera positivação legal não é suficiente para assegurar um debate mais livre e racional, como idealizado por Habermas. É preciso que todos tenham acesso ao ambiente digital e que todos sejam instruídos e conscientizados para as suas possibilidades. De igual modo, é imperativo educar para o exercício da cidadania em sentido amplo, carência social que precede a emergência da sociedade digital. Essas questões, porém, estiveram à margem do recorte adotado neste artigo, mas não podem ser dispensadas de estudo.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, P. **A Esfera Pública Política no Pensamento de Jürgen Habermas:** problemas, limites e perspectivas. João Pessoa, 2018. Disponível em: https://repositorio.ufpb.br/jspui/bitstream/123456789/13173/1/Arquivototal.pdf

BARROS, C.; SAMPAIO, R. **Internet como esfera pública?** Análise de usos e repercussões reais das discussões virtuais.Cadernos PPG-AU/FAUFBA, [S. l.], v. 9, n. 1, 2011. Disponível em: periodicos.ufba.br/index.php/ppgau/article/view/5114

BRASIL. **Emenda Constitucional n. 36, de 28 de maio de 2002.** Disponível em: planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/Emendas/Emc/emc36.htm

BRASIL. **Lei Nº 12.965, de 23 de abril de 2014.** DIsponível em: planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2014/lei/l12965.htm

COULDRY, N. Do mito do centro mediado ao esvaziamento do mundo social – as mídias e o processo de datificação da sociedade. Entrevista concedida a Bruno Campanella. **Revista Matrizes**. vol.13 n.2 São Paulo: ECA/USP, 2019. Disponível em: revistas.usp.br/matrizes/article/view/161898/155843

DA EMPOLI, G. **Os Engenheiros do Caos.** 1. ed., São Paulo, Vestígio, 2019.

DAHLBERG, L. Computer-Mediated Communication and the Public Sphere: A Critical Analysis. **Journal of Computer-Mediated Communication**, v. 7, n. 1, 2001. Disponível em: onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1111/j.1083-6101.2001.tb00137.x

DINO, F. **Voto vogal PET 12404** - Supremo Tribunal Federal. Brasília. Disponível em: https://www.conjur.com.br/wp-content/uploads/2024/09/voto-Dino-bloqueio-X.pdf

FUCHS, Christian. Mídias sociais e a esfera pública. In: **Revista Contracampo**, v. 34, n. 3, ed. dez/2015-mar/2016. Contracampo, Niterói, 2015. Disponível em: periodicos .uff.br/contracampo/article/view/17552

HABERMAS, J. **Direito e democracia:** entre a facticidade e validade, vol.2, Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1997

HABERMAS, J. **Mudança estrutural da esfera pública:** investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1984.

HABERMAS, J. **Uma nova mudança estrutural da esfera pública e a política deliberativa.** 1 ed. Editora Unesp, São Paulo. 2023.

LOSEKANN, C. **A esfera pública habermasiana, seus principais críticos e o uso deste conceito no contexto brasileiro.** Pelotas. 2009.

MAIA, R. Internet e esfera civil: limites e alcances da participação política. In: MAIA, R.; GOMES, W.; MARQUES, F. [orgs.]. **Internet e participação política no Brasil**. Porto Alegre: Sulina. 20211

MIÈGE, B. Comunicação e tecnologia na sociedade: uma dimensão transversal. Entrevista concedida à Elizabeth Saad. **Revista Matrize***s*. vol.3 n.1 São Paulo: ECA/USP, 2009. Disponível em: revistas.usp.br/matrizes/article/view/38244/41030

MARQUES, A. Os meios de comunicação na esfera pública: novas perspectivas para as articulações entre diferentes arenas e atores. **Revista Líbero**, ano XI, n.21, jun. 2008. Disponível em http://casperlibero.edu.br/wp-content/uploads/2014/05/Os-meios-de-comunica%C3%A7%C3%A3o-na-esfera-p%C3%BAblica.pdf

NEMER, D. **Pauta Pública:** Musk, Moraes e o Brasil no centro da disputa. Agência Pública. 2024. Disponível em: youtube.com/watch?v=OALzlNOqMEk

O'NEIL, C. **Algoritmos de Destruição em Massa:** como o big data aumenta a desigualdade e ameaça a democracia. 1 ed., Santo André, Editora Rua do Sabão, 2020.

POSSEBON, S. Emissoras defendem abertura ao capital estrangeiro para enfrentar competição com Internet. **Teletime**. 2020. Disponível em: https://teletime.com.br/27/07/2020/emissoras-defendem-abertura-ao-capital-estrangeiro-para-enfrentar-competicao-com-internet/

RODRIGUES, B. **Google distorce e faz prática abusiva a favor de sua tese sobre PL das Fake News, diz Wadih Damous à CNN.** CNN Brasil. Disponível em: https://www.cnnbrasil.com.br/politica/google-usa-distorcao-e-pratica-abusiva-a-favor-de-sua-tese-sobre-o-pl-das-fake-news-diz-secretario-nacional-do-consumidor-a-cnn/

SHORES, N. Google faz campanha publicitária contra PL das Fake News. **Poder 360**. Disponível em: poder360.com.br/poder-midia/midia/google-faz-campanha-publicitaria-contra-pl-das-fake-news/

VAROUFAKIS, Y. **Technofeudalism: What Killed Capitalism.** Melville House Publishing, Hoboken, 2024.

ZUBOFF, S.. **A Era do Capitalismo de Vigilância:** A luta por um futuro humano na nova fronteira de poder. Intrínseca; 1ª ed., Rio de Janeiro, 2021.

Os autores são responsáveis pela fidedignidade dos dados apresentados.

ESPAÇOS DIGITAIS DE PARTICIPAÇÃO PÚBLICA: REPERCUSSÃO DO CONFLITO NO ORIENTE MÉDIO ATRAVÉS DE POST DE LULA NO BLUESKY

Fabrício Soveral[1]

RESUMO

Esse trabalho apresenta uma repercussão do conflito recente no Oriente Médio, envolvendo Israel, países vizinhos e grupos extremistas, através de uma publicação do presidente Lula no Bluesky. Os objetivos da pesquisa são perceber como o público brasileiro se posiciona na questão e refletir sobre o uso de plataformas digitais de comunicação para a participação pública. Por fim, busca-se discutir a relação das novas tecnologias digitais de comunicação com o desenvolvimento da cidadania.

Palavras-chave: Participação Pública; Comunicação Digital; Cidadania; Bluesky.

DIGITAL SPACES FOR PUBLIC PARTICIPATION: REPERCUSSIONS OF THE CONFLICT IN THE MIDDLE EAST THROUGH LULA'S POST ON BLUESKY

ABSTRACT

This paper presents a repercussion of the recent conflict in the Middle East, involving Israel, neighboring countries and extremist groups, through a publication by President Lula on Bluesky. The objectives of the research are to understand how the Brazilian public positions itself on the issue and to reflect on the use of digital communication platforms for public participation. Finally, the aim is to discuss the relationship between new digital communication technologies and the development of citizenship.

Keywords: Public Participation; Digital Communication; Citizenship; Bluesky.

INTRODUÇÃO

[1] Doutorando em Comunicação, PPGCOM/UFG, fabricio.soveral@ufg.br.

As novas tecnologias digitais de informação e comunicação promoveram a possibilidade de ampliação da participação do público nas sociedades democráticas contemporâneas. Neste fenômeno, destaca-se a presença das plataformas de comunicação digitais, também chamadas de redes sociais digitais. Com o desenvolvimento dos smartphones, elas ficaram cada vez mais acessíveis, literalmente, na mão dos cidadãos.

Algumas destas redes sociais digitais tiveram mais sucesso global que outras e mesmo as que não estão mais em alta, ainda possuem um grande número de usuários. Um exemplo é o Facebook, que em janeiro de 2024 contava com pouco mais de 3 bilhões de contas em todo o mundo. O Instagram, rede com maior taxa de crescimento nos últimos anos, no mesmo período, registrava 2 bilhões de contas[2]. Mais recentemente, após o episódio do bloqueio do X (ex-Twitter) no Brasil, por decisão judicial[3], uma rede similar ao X ganhou um grande acréscimo de usuários brasileiros: o Bluesky.

Em números gerais, perto de redes com uma ou duas décadas de existência, o número de usuários (ultrapassou 10 milhões em setembro de 2024[4]) pode não parecer relevante. Porém, no caso brasileiro, consideramos importante um olhar sobre essa nova plataforma pelo movimento de incorporação de usuários do País, principalmente após a suspensão do X por 39 dias em território nacional[5].

Por uma análise preliminar, identificamos alguns motivos para isso: o layout da plataforma é semelhante ao X; os desenvolvedores da plataforma prometem moderação mais apurada em relação a publicações que envolvem, por exemplo, racismo, misoginia e xenofobia; e o público mostra ter uma necessidade de se manifestar a respeito de temas contemporâneos que afetam a sociedade à qual estão inseridos, publicações de gênero opinativo que são comuns no antigo Twitter.

---

[2] **WE ARE SOCIAL**. 2024. Special Report Digital 2024. Disponível em: https://datareportal.com/reports/digital-2024-global-overview-report. Acesso em 11 out 2024.

[3] **AGÊNCIA BRASIL**. 2024. X é bloqueado no Brasil após Musk descumprir decisão de Moraes. Disponível em: https://agenciabrasil.ebc.com.br/justica/noticia/2024-08/x-e-bloqueado-no-brasil-apos-musk-descumprir-decisao-de-moraes. Acesso em 11 out 2024.

[4] **MEIO E MENSAGEM**. 2024. Bluesky alcança a marca de 10 milhões de usuários. Disponível em: https://www.meioemensagem.com.br/midia/bluesky-10-milhoes-de-usuarios. Acesso em 11 out 2024.

[5] **CNN BRASIL**. 2024. Volta do X: entenda detalhes do bloqueio até a decisão de liberação da plataforma. Disponível em: https://www.cnnbrasil.com.br/politica/volta-do-x-relembre-detalhes-do-bloqueio-ate-a-decisao-de-liberacao-da-plataforma/. Acesso em 12 out 2024.

Diante deste cenário, interessa-nos refletir sobre as formas que os cidadãos usam para se manifestar na internet, com atenção especial nesse caso às redes sociais digitais. Essa participação colabora com o desenvolvimento de práticas mais cidadãs nestas sociedades? De que forma essa participação pode influenciar na esfera pública e, respectivamente, nas ações de agentes públicos governamentais? Essas são algumas questões que motivam o nosso trabalho para além do tema que descreveremos abaixo.

Como objeto para essa análise, selecionamos um tema recente e de repercussão mundial: o conflito no Oriente Médio, que envolve Israel, países vizinhos e grupos extremistas como Hamas, Hezbollah e Houthis. A situação de conflito ganhou uma escala exponencial com ações de Israel, após um ataque terrorista do Hamas, no dia 7 de outubro de 2023[6]. Uma dessas ações, foram ataques no Líbano com a justificativa de combater o Hezbollah.

No dia 26 de setembro de 2024, o presidente Lula fez uma publicação no Bluesky (Figura 1) sobre a escalada da violência no Oriente Médio após ataques israelenses ao Líbano que também ocasionaram mortes de civis[7]. A publicação foi realizada no contexto da participação do presidente brasileiro na 79º Assembleia Geral da Organização das Nações Unidas (ONU), nos Estados Unidos, quando abordou o assunto e pediu cessar-fogo na região. O post de Lula teve uma nota do governo brasileiro anexada[8] lamentando a morte no Líbano do adolescente brasileiro Ali Kamal Abdallah, de 15 anos, natural de Foz do Iguaçu/PR.

Após a publicação, fizemos a coleta dos comentários realizados pelo público nas duas horas seguintes à publicação, o que ocasionou uma soma total de 116 comentários. Adotamos o método da análise de conteúdo para realizar a coleta, organização e categorização do corpus de forma quantitativa, antes das reflexões qualitativas sobre o mesmo.

---

[6] **G1**. 2024. Ataque do Hamas contra Israel completa um ano; mundo lembra as vítimas dos terroristas e da guerra em Gaza. Disponível em: https://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2024/10/07/ataque-do-hamas-contra-israel-completa-um-ano-mundo-lembra-as-vitimas-dos-terroristas-e-da-guerra-em-gaza.ghtml. Acesso em 11 out 2024.

[7] LULA. **Ao solidarizar-se com a família, o Governo brasileiro reitera sua condenação, nos mais fortes termos, aos contínuos ataques aéreos israelenses contra zonas civis povoadas no Líbano e renova seu apelo às partes envolvidas para que cessem imediatamente as hostilidades.** 26 set 2024. Bluesky: @lula.com.br. Disponível em: https://bsky.app/profile/lula.com.br/post/3l52tze37ub2k. Acesso em: 26 set 2024.

[8] **MINISTÉRIO DAS RELAÇÕES EXTERIORES**. Nota à imprensa. 26 set 2024. Disponível em: https://www.gov.br/mre/pt-br/canais_atendimento/imprensa/notas-a-imprensa/morte-de-menor-de-idade-brasileiro-no-libano. Acesso em: 26 set 2024.

PARTICIPAÇÃO PÚBLICA NA INTERNET

Como as novas tecnologias de informação e comunicação podem fortalecer a participação política dos cidadãos nas sociedades contemporâneas é um questionamento frequente desde o surgimento da internet. Usamos o verbo fortalecer, mas vários termos poderiam ser usados como melhorar, reforçar, aprimorar, entre outros. O que queremos dizer é que essa rede mundial suscitou aspirações em todos que acreditam que a esfera civil pode estar mais presente nas decisões públicas. Afinal, vivemos em uma democracia representativa e as dissonâncias entre representantes e representados não são raras de ocorrer.

Esse papel de vigilante do interesse público e fiscalizador do Estado por muito tempo foi atribuído, quase que exclusivamente, sobre os meios de comunicação que possuíam um monopólio da fala para as massas. Mesmo os agentes estatais, chegavam de forma célere em uma grande população apenas se as mensagens fossem transmitidas por esses meios de comunicação. A internet veio para romper com esse monopólio e agora tanto cidadãos como Estado podem se apresentar tanto como consumidores ou autores produtores de conteúdo de forma direta.

> [...] podemos dizer que atualmente o cidadão não contenta-se mais em ser mero espectador nos assuntos públicos e quando o tema é sobre algo que influencia a sua vida, ele procura por espaços onde possa pelo menos expressar a sua opinião, onde possa exercer de alguma forma a sua cidadania civil. (Soveral & Mainieri, 2024, p.2)

Obviamente, saber usar as novas tecnologias de forma eficaz pode levar algum tempo de aprendizagem, mas o empoderamento no aspecto comunicacional é uma possibilidade.

> O autoempoderamento dos usuários de mídia é um efeito; o outro é o preço a ser pago por serem liberados da tutela editorial da mídia antiga enquanto não tiverem aprendido o suficiente lidar com a nova mídia. Assim como a impressão do livro transformou todos em potenciais leitores, a digitalização hoje transforma todos em potenciais autores. Mas quanto tempo levou para todos aprenderem a ler? (Habermas, 2023, p.61)

Nesse ponto queremos chamar a atenção para a importância da participação do público através das plataformas digitais de comunicação. Penteado e Cruz Junior (2019) dizem que as redes sociais digitais oferecem um importante meio de interação entre cidadãos e agentes políticos porque não têm a mediação de instituições, partidos ou meios

de comunicação. Logo, esse tipo de participação pública estaria ligada aos benefícios que os participantes esperam obter em relação ao que defendem através de um acesso mais direto aos governos e às pessoas que estão em função de poder.

> No rol das vantagens políticas da internet, insiste-se com freqüência nas novas possibilidades de expressão que permitem a um cidadão ou a um grupo da sociedade civil alcançar, sem maiores mediações institucionais, outros cidadãos, o que promoveria uma reestruturação, em larga escala, dos negócios públicos e conectaria governos e cidadãos. (Gomes, 2005, p.220)

Uma questão frequentemente colocada quando o assunto é a participação pública na internet é se os espaços públicos onde estão ocorrendo as discussões e interações são fortes ou fracos. Janssen e Kies (2005) argumentam que costumamos definir um espaço público como forte quando os participantes acreditam que a participação será lida e poderá gerar resultados políticos concretos. Quando ocorre o contrário, o espaço público é considerado fraco.

> [...] as pessoas participam de iniciativas quando as consideram uma oportunidade adequada para atingir fins desejáveis. Meios precisam ser vistos como oportunidades. Chamo oportunidades aquela conjunção de ocasiões e circunstâncias em que meios podem produzir fins desejáveis de maneira que os custos (a energia despendida, por exemplo) sejam largamente recompensados pelos benefícios (recompensas decorrentes de se alcançar a finalidade da ação). (Gomes, 2017, p.28-29)

Entre os obstáculos para uma participação mais efetiva, costuma ser destacado que as plataformas digitais de comunicação pertencem a empresas de tecnologias que utilizam de algoritmos para entregar os conteúdos. Esses algoritmos costumam realizar a seleção levando em consideração as ações do usuário com curtidas e comentários, por exemplo, e por esse meio passam o oferecer conteúdos com maior aceitação, o que criaria uma espécie de câmara de eco, onde o que mais agrada a cada pessoa passa a aparecer com mais frequência e argumentos contrários com cada vez menos incidência. O fenômeno da câmara de eco acaba sendo caracterizado pelas próprias ações de cada indivíduo nas redes sociais digitais (Oliveira, Medeiros e Mattos, 2022).

De uma maneira geral, várias ponderações são feitas a respeito da participação pública na internet, ao mesmo tempo, os benefícios que elas podem trazer para as sociedades democráticas também são reconhecidos.

> A nossa experiência política online mostrou que, até agora, a Internet apresenta um espaço público, mas ainda não constitui uma esfera pública. Contudo, continua a ser uma ferramenta útil e pode servir para fornecer feedback direto aos representantes políticos. As suas capacidades técnicas permitem discussões entre eleitores e representantes, e o relativo anonimato incentiva os participantes nas discussões a serem mais expressivos e francos na declaração das suas crenças[9]. (Papacharissi, 2002, p.23)

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS E RESULTADOS

Nesta pesquisa, a nossa unidade central para a formação do corpus de análise é uma publicação do presidente da República, Luís Inácio Lula da Silva, no dia 26 de setembro de 2024, na plataforma digital de comunicação Bluesky (Figura 1). O post aborda a questão do conflito no Oriente Médio, especificamente após ataques de Israel em território libanês que ocasionaram mortes de civis, entre eles, um adolescente brasileiro.

Realizamos a coleta dos comentários realizados pelos usuários do Bluesky nas duas horas seguintes à publicação, o que resultou em um corpus total de 116 comentários. Justificamos a determinação do período para a coleta de dados para garantir uma análise viável, devido ao grande número de comentários em publicações de pessoas públicas que costumamos ver nas redes sociais digitais. Para facilitar a análise, criamos categorias e classificações seguindo os preceitos da análise de conteúdo de Bardin (2016).

Figura 1 - Publicação de Lula no Bluesky

[9] Tradução nossa para *"Our political experience online has shown that so far, the internet presents a public space, but does not yet constitute a public sphere. It still is a useful tool, however, and can serve to provide direct feedback to political representatives. Its technical capabilities enable discussions among voters and representatives, and relative anonymity encourages discussion participants to be more vocal and upfront about stating their beliefs."*



Fonte: Bluesky (2024)

Sendo assim, elaboramos as seguintes categorias: relação com o tema; posicionamento ao texto da publicação; apresentação de argumento; tipo de comentário; palavras e expressões qualificativas; e conteúdo do argumento. Na Tabela 1, especificamos os elementos considerados em cada categoria.

Tabela 1 - Categorias de análise

CATEGORIA	**ESPECIFICAÇÃO**
Relação com o tema	Análise se o comentário diz respeito ao tema abordado na publicação
Posicionamento ao texto da publicação	Favorável, Desfavorável ou Neutro em relação ao texto da publicação
Apresentação de argumento	Análise se o usuário apresentou algum tipo de argumentação no comentário
Tipo de comentário	Comentário sobre a publicação do presidente ou resposta a outro usuário
Palavras e expressões qualificativas	Análise do uso de palavras ou expressões qualificatórias ou valorativas
Conteúdo do argumento	Argumento usado pelo usuário no comentário

Fonte: Elaborado pelo autor da pesquisa (2024)

A categoria “Relação com o tema” foi determinante para a sequência da obtenção de resultados e análise das publicações, pois os comentários que não tiveram essa relação foram desconsiderados por não contribuírem com a investigação sobre a opinião do público sobre o tema. Dos 116 comentários coletados, 78 tiveram relação com o tema (67%) e 38 não diziam respeito ao tema da publicação (33%).

No que diz respeito ao “Posicionamento ao texto da publicação” (Tabela 2), dos 78 comentários validados para análise, 31 mostraram ser favoráveis ao conteúdo expresso pelo presidente Lula (40%), 30 mostraram ser desfavoráveis (38%) e em 17 deles não foi possível perceber uma concordância ou discordância (22%).

Tabela 2 - Posicionamento ao texto da publicação

POSICIONAMENTO À PUBLICAÇÃO	**NÚMERO DE COMENTÁRIOS VÁLIDOS**
Favorável	31 (40%)
Desfavorável	30 (38%)
Neutro	17 (22%)
TOTAL	**78 (100%)**

Fonte: Elaborado pelo autor da pesquisa (2024)

Nas Figuras 2, 3 e 4 apresentamos exemplos de comentários classificados, respectivamente, como “favorável”, “desfavorável” e “neutro” em relação à publicação do presidente.

Figura 2 - Comentário classificado como “favorável”



Fonte: Bluesky (2024)

Figura 3 - Comentário classificado como “desfavorável”



Fonte: Bluesky (2024)

Figura 4 - Comentário classificado como “neutro”



Fonte: Bluesky (2024)

A categoria “Apresentação de argumento” simplesmente buscou identificar se o autor do comentário fez uso de algum argumento na expressão escrita ou imagética. Nesta classificação, identificamos 71 comentários com argumentação (91%) e 7 sem argumentação (9%).

O “Tipo de comentário” buscou determinar quais comentários eram respostas diretas ao texto do presidente e quais fizeram parte da interação entre os usuários. Esta categoria apresentou números semelhantes à categoria anterior, pois foram 71 comentários respondendo diretamente ao texto principal (91%) e 7 para comentar a publicação de outro usuário na publicação (9%).

Entre as 78 publicações validadas para a análise, 47 delas (60%) usaram algum tipo de “Palavras e expressões qualificativas” e 31 delas (40%) não fizeram uso. Nesta categoria, fizemos a união de termos correspondentes para facilitar a análise. Sendo assim, as palavras e expressões mais frequentes foram “estado terrorista/agressor/genocida” que apareceram em 20 comentários (25%). Em segundo lugar, ficou “nazista/nazistas” com apenas 3

ocorrências. Nos dois casos, os termos faziam referência a Israel ou ao primeiro-ministro israelense, Benjamin Netanyahu.

Por fim, na categoria "Conteúdo do argumento" selecionamos os 71 comentários considerados aptos para essa avaliação. O principal argumento usado pelos usuários é que - diante da situação - o Brasil/Governo Brasileiro deveria romper as relações diplomáticas/econômicas com Israel. Esse argumento foi usado em 32 comentários entre os 71 do total (45%). Na sequência, com oito comentários (11%) veio o argumento de que Israel precisa ser parado de alguma forma, e em cinco comentários (7%) apareceu um contraponto dizendo que o Brasil/Governo Brasileiro age diferente com outros países ou grupos extremistas, sem condenar ataques.

DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Como primeiro tópico nesta discussão, queremos propor a reflexão sobre o uso de uma plataforma de comunicação digital para a realização da participação pública de brasileiros a respeito de um conflito no Oriente Médio. Embora o tema possa parecer distante para alguns, apontamos elementos para a justificativa desta ação comunicativa. Um deles é o fato do Brasil ser um País multicultural e contar com descendentes ou imigrantes de diversas etnias e países. Em território brasileiro, é possível encontrar tanto comunidades com integrantes judeus como com libaneses e palestinos, apenas para citar alguns. Outro motivo é que trata-se de um tema atual, presente diariamente nos noticiários e de forte apelo, principalmente pela morte de civis, inclusive crianças. Soma-se a isso o fato de brasileiros viverem nas regiões envolvidas no conflito e também estarem sendo vítimas de ataques armados.

Entendemos que os comentários realizados na publicação do presidente da República são realizados na expectativa de que as manifestações sejam levadas em consideração por Lula, pois reafirmamos que a participação pública nas plataformas digitais é um meio considerado como um contato direto com o agente político. Em relação a isso, a crença ocorre porque a conta leva o nome e a imagem do presidente e as palavras usadas nas mensagens são semelhantes às empregadas por Lula em discursos. Mesmo que o gerenciamento das mensagens seja realizado por uma assessoria, apenas pelos textos não é possível para o cidadão fazer esta descoberta.

Nesta pesquisa, pelos argumentos apresentados pelos usuários do Bluesky, entendemos que a plataforma foi utilizada como uma forma das pessoas exercerem uma prática cidadã. Como exercício de reflexão, podemos pensar em alguns questionamentos: No caso da inexistência da possibilidade de uma manifestação em uma rede social digital, como seria a ação cidadã desses sujeitos que realizaram comentários? Possivelmente através de manifestações presenciais em locais públicos e com apelos para que os meios de comunicação tradicionais dessem visibilidade para a ação. Porém, entre todas as pessoas que realizaram comentários nas redes sociais, quantas estariam presentes nestas manifestações? Além disso, a participação pública em uma rede social digital pode ser feita de qualquer lugar do mundo, sem necessidade de deslocamento, de estar em determinado local, e tanto de forma síncrona como assíncrona. A eliminação dos limites de tempo e o espaço se tornam fatores atrativos para a participação por esse meio.

Nos resultados obtidos em relação aos usuários do Bluesky que realizaram as interações, identificamos que os 116 comentários foram realizados por 94 usuários diferentes. Apenas nove deles fizeram mais de uma publicação da área de comentários e um deles chamou a atenção pelo número de publicações (14) e por representar um dos problemas na participação pública digital. As interações deste usuário foram desconsideradas para a análise principal porque não tinham relação com o tema do post presidencial, mas resgatamos aqui porque a análise dessas 14 publicações identificou que elas se enquadraram no chamado *flaming*. No caso, o alvo foi o presidente Lula e seu governo.

O *flaming* ou *flame* é um interação hostil, realizada com violência verbal e/ou imagética e de forma sistemática, direcionada a um interlocutor que normalmente está posicionado no espectro ideológico oposto ao autor da ação. O termo refere-se a possibilidade deste tipo de publicação “incendiar” um debate e delimitar uma posição discursiva diferente. Balocco (2026, p.504) argumenta que o flaming não é exclusivo do mundo online, mas "parece ser o resultado direto do funcionamento discursivo da mídia digital, que permite a aparição de um "eu" anônimo, passional, regido apenas por seus impulsos e não pela razão".

A questão da identificação é frequente na discussão sobre a participação pública na internet porque nem sempre é possível identificar quem é o usuário que está realizando o comentário. Pode ser apontada como um problema quando há ocorrência de flaming, mas

como algo positivo quando se leva em consideração a liberdade que proporciona para o usuário emitir livremente a opinião sem restrições ou constrangimentos. Entre os autores que discutem a questão está Gomes (2005, p.221), que diz que o "anonimato que protege a liberdade política contra o controle de governos tirânicos e o controle das corporações é reforço considerável para conteúdos e práticas tirânicas, racistas, discriminatórias e antidemocráticas na internet".

A respeito do tema da publicação, os posicionamentos sobre o conteúdo da mensagem do presidente Lula ficaram equilibrados entre favorável (40%) e desfavorável (38%). No entanto, verificamos que os usuários que realizaram comentários com posicionamento favorável foram mais unificados nos argumentos. Isso é visível no principal argumento - de que o Brasil/Governo Brasileiro deveria romper as relações diplomáticas e econômicas com Israel devido aos ataques - e nas palavras e expressões qualificativas usadas, com o predomínio da denominação de Israel como sendo um "estado terrorista/agressor/genocida".

O contraponto em termos de argumento ocorreu com menor frequência e defendeu que o Brasil/Governo Brasileiro age de forma diferente quando um ataque é realizado por Israel ou por algum grupo extremista. O sentido destacado é que quando são condenadas as ações de Israel, os pronunciamentos são "duros", o que não estaria ocorrendo em relação a ações armadas de grupos extremistas.

No geral, os comentários realizados na publicação do presidente Lula no Bluesky ofereceram visões do público brasileiro sobre a situação de conflito que ocorre no Oriente Médio. Embora várias ponderações possam ser feitas, consideramos que o espaço foi usado como uma esfera pública conversacional e de formação de opinião pública, o que entendemos colaborar com o desenvolvimento de práticas cidadãs nas sociedades democráticas.

CONSIDERAÇÕES

A discussão sobre as possibilidades comunicacionais das plataformas digitais e a relação delas com as práticas cidadãs é um evento frequente e esperado com o desenvolvimento da internet. No entanto, entendemos que esse debate ainda tem muito para ser explorado porque não basta adotar um posicionamento apocalíptico ou integrado, os processos são complexos e mostram situações positivas, mas também situações

problemáticas. O nosso interesse na avaliação das participações do público em plataformas digitais reside no fato de que procuramos identificar fenômenos que colaborem com a cidadania no aspecto comunicacional, sem ignorar as vicissitudes que são geradas.

No início deste trabalho, colocamos algumas questões como motivadoras para a realização da pesquisa. A primeira delas foi tentar identificar como o público brasileiro se posiciona em relação à situação de conflito que ocorre atualmente no Oriente Médio, envolvendo Israel, outros países e grupos da região. Como forma de obter elementos para essa resposta, usamos a repercussão de uma publicação do presidente Lula no Bluesky. Os posicionamentos "favorável" e "desfavorável" à publicação foram equilibradas, porém, identificamos que os usuários que se colocaram em posição favorável ao texto (que pede o fim dos ataques de Israel na região) apresentaram argumentos mais unificados tanto no conteúdo do argumento como no emprego de palavras e expressões qualificadoras.

Em relação ao uso de plataformas digitais de comunicação para a participação pública, usamos o exemplo do Bluesky, porém ela poderia ser concretizada em muitas outras como o Instagram, o X ou o Facebook, por exemplo, para citar plataformas populares no Brasil. Isso ocorre porque todas elas possuem seções de comentários e, em geral, os agentes públicos políticos também mantêm contas oficiais nelas. Atualmente, a situação de estranheza é causada quando um desses agentes políticos não possui perfil nessas redes sociais digitais. Com isso, consideramos que essas plataformas fazem parte do dia a dia dos cidadãos no País e o uso delas para ampliar a capacidade comunicacional é algo tido como natural.

O caso do Bluesky mostra que esse público interessado na participação aproveita os espaços que são criados para as manifestações públicas. A plataforma era pouco conhecida no Brasil até a suspensão do X, mas logo foi adotada tanto por usuários comuns como por agentes públicos políticos. Se ela vai crescer no número de usuários brasileiros ou até manter-se como um meio de participação pública online é algo que somente o tempo dirá, porém, mesmo com o retorno do X percebemos que os agentes públicos governamentais seguem lá publicando conteúdos diariamente. No caso do perfil do presidente Lula, cabe destacar que ele realizou a primeira publicação ainda em 12 de abril de 2024[10], muito antes

[10] LULA. **Sexta-feira de muito trabalho. Em Campo Grande (MS) vou participar da habilitação de 38 frigoríficos para exportação de carnes para a China. Em seguida, em SP, para a inauguração da sede da Associação Nacional dos Fabricantes de Veículos e anúncio de investimentos**. **A economia no rumo certo.** 12 abr 2024.

da suspensão do X no País. Esse fato nos leva a crer que a Presidência da República identificou um crescimento da plataforma ainda naquela época e por isso decidiu estar presente nela.

De uma certa maneira, acreditamos que as novas tecnologias digitais de comunicação colaboram com o desenvolvimento da cidadania, principalmente nos aspectos civis. Muitos dos assuntos abordados são de natureza política, todavia não entendemos as participações do público nestas plataformas como um meio de deliberação. Assim, a intencionalidade até pode ser influenciar nas deliberações, contudo as participações se enquadram em um tipo de esfera pública digital com característica conversacional e de formação de opinião.

Para concluir, a comunicação é uma demanda social e um aspecto da cidadania, então podemos afirmar que ao falarmos sobre ampliação da capacidade comunicacional também estamos falando de ampliação da cidadania. A comunicação um-para-todos ainda existe, segue sendo empregada pelos meios de comunicação tradicionais, porém hoje existem outras formas de comunicação disponíveis aos cidadãos nas sociedades democráticas contemporâneas. Os cidadãos passaram a ter uma mudança no tipo de experiência que têm com a tecnologia e ganharam poder comunicacional, apesar de limitadores que as próprias plataformas acabam impondo aos usuários. No geral, julgamos que a comunicação pode ser um fator fundamental para termos cidadãos mais engajados e mais participantes da vida pública, o que fortalece a cidadania e pode ser revertido em ganhos democráticos para as sociedades em que estão inseridos.

REFERÊNCIAS

BALOCCO, A. E. O flaming (ou violência verbal em mídia digital) e suas funções na esfera pública. **Linguagem em (Dis)curso – LemD**, Tubarão, SC, v. 16, n. 3, p. 503-521, set./dez. 2016. Disponível em: https://www.scielo.br/j/ld/a/zJzG33kHYpT4GBskhjDbpyq/?format=pdf&lang=pt. Acesso em: 10 out 2024.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2016.

GOMES, W. A. democracia digital e o problema da participação civil na decisão política. **Revista Fronteiras (Unisinos)**, São Leopoldo, vol. VII, nº 3, p.214-222, setembro/dezembro, 2005. Disponível em: https://revistas.unisinos.br/index.php/fronteiras/article/view/6394. Acesso em: 19 dez. 2023.

Bluesky: @lula.com.br. Disponível em: https://bsky.app/profile/lula.com.br/post/3kpwrcnmqnw2i. Acesso em: 12 out 2024.

GOMES, W. A. Participação política *online*: Questões e hipóteses de trabalho. *In*: MAIA, Rousiley Celi Moreira; GOMES, Wilson; MARQUES, Francisco Paulo Jamil Almeida (orgs.) **Internet e participação política no Brasil**. Porto Alegre: Sulina, 2017, p.17-43

HABERMAS, J. **Uma nova mudança estrutural da esfera pública e a política deliberativa**. São Paulo: Editora Unesp, 2023.

JANSSEN, D.; KIES, R. Online Forums and Deliberative Democracy. **Acta Politica**, vol. 40, p.317-335, September 2005. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/31943573. Acesso em: 27 mar. 2024

OLIVEIRA, N. R. ; MEDEIROS, D. S. V. ; MATTOS, D. M. F. . Identificação de Câmaras de Eco em Redes Sociais através de Detecção de Comunidade em Redes Complexas: Ferramentas, Tendências e Desafios. In: Débora C. Muchaluat Saade et. al.. (Org.). **Minicursos do XXVIII Simpósio Brasileiro de Sistemas Multimídia e Web (WebMedia)**. 1ed.Porto Alegre: Sociedade Brasileira de Computação - SBC, 2022, v. , p. 1-50. Disponível em: http://pdpa.niteroi.rj.gov.br/wp-content/uploads/2023/05/Copia-de-01.pdf. Acesso em: 12 set 2024.

PAPACHARISSI, Z. The virtual sphere: the internet as a public sphere. **New Media & Society**, vol.4 (1), p.9-27, 2002. Disponível em: https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/14614440222226244. Acesso em: 15 mar. 2024

PENTEADO, C. L. C.; CRUZ JUNIOR, B. G. Ação política na internet na era das redes sociais. **Ponto-e-Vírgula** - PUC-SP - n.26 - Segundo Semestre de 2019, p. 109-122. Disponível em: https://revistas.pucsp.br/index.php/pontoevirgula/article/view/51518/34071. Acesso em: 15 ago 2024.

SOVERAL, F; MAINIERI, T. O público quer participar: as discussões no site da Câmara dos Deputados sobre o “PL Antiaborto”. *In*: 47º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2024. **Anais** [...] Balneário Camboriú. Intercom - Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2024. Disponível em: https://sistemas.intercom.org.br/pdf/submissao/nacional/17/06272024231229667e1c0d8c3f8.pdf. Acesso em: 12 out 2024.

O autor é responsável pela fidedignidade dos dados apresentados.

A REPRESENTAÇÃO DO CORPO GORDO NA MÍDIA: O REFORÇO A GORDOFOBIA PELO FILME "A BALEIA"

Carolina Bernardi[1]

RESUMO

Este artigo analisa como o corpo gordo é representado na sociedade, focando nas representações na mídia e em programas de entretenimento, especialmente no filme "A Baleia" (2022), vencedor de dois Oscars. Discute-se a diferença entre representação e representatividade, abordando o estigma do corpo gordo e sua autopercepção. A análise se baseia em cenas emblemáticas, como as que mostram o protagonista se alimentando, utilizando autores como Aires, Breton, Costa, Rocha e Poulain para explorar como a mídia perpetua estigmas e discriminação.

Palavras-chave: Corpo Gordo; Representação; Representatividade; Obesidade; A Baleia.

THE REPRESENTATION OF FAT BODIES IN MEDIA: the Reinforcement of Fatphobia in the Film "The Whale"

ABSTRACT

This article analyzes how the fat body is represented in society, focusing on media portrayals and entertainment programs, particularly in the film "The Whale" (2022), winner of two Oscars. It discusses the difference between representation and representativity, addressing the stigma of fat bodies and their self-perception. The analysis is based on emblematic scenes, such as those showing the protagonist eating, using authors like Aires, Breton, Costa, Rocha, and Poulain to explore how media perpetuates stigma and discrimination against this group.
Keywords: Fat Body; Representation; Representativity; Obesity; The Whale.

INTRODUÇÃO

É por meio do corpo e pela vivência deste corpo no mudo que é formada a subjetividade, consequentemente a nossa identidade, a forma de agir e viver neste mundo. Portanto, os formatos desses corpos, como eles performam e são percebidos por outros no mundo constroem a subjetividade. Desse modo, compreender como diferentes corpos, seus formatos e suas performances estão presentes na sociedade se faz necessário, nos levando a olhar corpos distintos e a construção de sua subjetividade. A partir dessa preocupação, o presente artigo busca compreender como o corpo gordo é representado na midia, com uma breve análise sobre alguns pontos do filme "A Baleia" (2022).

[1] Mestranda do 2° semestre em Comunicaça˜o e Pra´ticas de Consumo, ESPM, carolinabe.cb@gmail. O presente trabalho foi realizado com o apoio da Coordenaça˜o de Aperfeiçoamento Pessoal de Ní´vel Superior - Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001.

A identificação de diferentes corpos na sociedade nos leva a buscar uma definição que abarque a compreensão do que é o corpo gordo. Contudo, nota-se que a definição não é clara e universal nos campos acadêmicos. Para a Medicina, a sua definição se baseia no Índice de Massa Corporal (IMC) – parâmetro adotado por vários países para a identificação da obesidade e do sobrepeso. Sob a ótica médica, todo corpo obeso é definido como um corpo gordo e é classificado como um corpo doente. No entanto, ainda de acordo com o IMC, sobrepeso e obesidade não são sinônimos.

Jurandir Freire Costa (2005) traz o termo estultícia para definir a figura do desvio, aquele que se opõe à normalidade, os fracos e piores, que não têm a capacidade de exercer o domínio de corpo e mente, segundo preceitos da qualidade de vida. “Os estultos são, então, tipificados segundo o grau ou a natureza do desvio em: [...] e) deformados, isto é, os que ficam para trás na maratona da fitness: obesos; manchados de pele; sedentários; envelhecidos precocemente; tabagistas; não siliconados; não lipoaspirados etc”. (COSTA, 2005, p. 195 e 196).

O corpo exigido por este padrão estético, além de cobrar características físicas específicas, possui um papel de classificar a normalidade, validade e aceitação dos corpos no grupo social. O corpo é classificado como normal quando está próximo desse padrão – quanto mais magro, malhado, esculpido este corpo for, mais aceito socialmente ele será –, e quanto mais distante, mais rejeitado, marginalizado e visto como doente ou anormal será.

O corpo gordo é um corpo estigmatizado, que em todos os seus pontos de contato com a sociedade é lembrado e reafirmado como irregular, como o que desvia do padrão, o que falhou com o proposito de vida. Este sentimento é relembrado em distintos pontos de contato como ao tentar pegar um transporte público e não passar em uma catraca, ao frequentar um restaurante que não possui uma cadeira que seja confortavél de se sentar, ao ir a uma loja comprar uma peça de roupa e até mesmo ao consumir o produtos midiáticos, como filmes e série, que possuem diversos conteúdos e cenas que reforçam este esteriótipo, como no filme “A Baleia”, que retrata um homem obeso em sua luta por redenção, culpa e a morte em sua última semana de vida.

METODOLOGIA

Esta pesquisa é orientada por uma abordagem qualitativa, que prioriza o entendimento e aprofundamento de fenômenos sociais, respeitando as singularidades das ciências sociais. Segundo Gerhardt e Silveira (2009), as características da pesquisa qualitativa incluem a objetivação dos fenômenos e a organização hierárquica das ações que descrevem, compreendem e explicam as complexas relações entre os contextos globais e locais.

Para o desenvolvimento deste estudo, empregamos uma estratégia multimetodológica que abrangeu pesquisa bibliográfica, pesquisa documental e análise de filmes. A pesquisa teve início com a análise bibliográfica e documental para reunir referências teóricas sobre temas como corpo gordo, identidade e representação social. Essa etapa fundamental permitiu um aprofundamento nas lentes teóricas e pesquisas existentes na área (LIMA, 2008). Diferente da pesquisa documental, que envolve o exame de fenômenos originais, a pesquisa bibliográfica concentra-se diretamente em fontes científicas. Isso facilita a construção de uma narrativa teórica coesa e aprofundada, o que é vital para nossa análise do filme “A Baleia”.

A pesquisa documental foi utilizada para nos colocar em contato com diversas fontes que discutem os corpos gordos e sua representação na sociedade contemporânea, como artigos, filmes e textos institucionais. Esse método envolveu a compreensão e análise de documentos como “meios de comunicação”, elaborados com propósitos específicos e destinados a públicos particulares. O objetivo foi compreender a funcionalidade e a intencionalidade por trás desses documentos (KRIPKA, SCHELLER e BONOTTO, 2015). Ao combinar a análise de filmes com a pesquisa bibliográfica e documental, esta metodologia visa iluminar as representações de corpos gordos na mídia e o reforço da gordofobia, utilizando "A Baleia" como ponto focal para explorar como essas narrativas moldam as percepções sociais e as identidades individuais.

CONSTRUÇÃO DO SER E A VIVÊNCIA DO CORPO NO MUNDO

A relação com o corpo se estende para além do indivíduo, pois há um contexto sociocultural no qual este ser se insere, impactando e sendo impactado pelo mundo e suas vivências. David Le Breton (1992) traz esta visão sociológica do corpo,

> Moldado pelo contexto social e cultural em que o ator se insere, o corpo é o vetor semântico pelo qual a evidência da relação com o mundo é construída: atividades perceptivas, mas também expressão dos sentimentos, cerimoniais dos ritos de interação, conjunto de gestos e mímicas, produção da aparência, jogos sutis da sedução, técnicas do corpo, exercícios físicos, relação com a dor, com o sofrimento, etc. Antes de qualquer coisa, a existência é corporal. (BRETON, 2006, p.7)

O corpo ocupa o papel de emissor e receptor, inserindo o homem no interior do espaço sociocultural e serve como sistema simbólico daquilo que o ser captou, traduzindo para o seu grupo social, por meio deste corpo. Desta forma, ele serve para além da construção da subjetividade somente daquele indivíduo, mas também se caracteriza como "... a marca do indivíduo, a fronteira, o limite que, de alguma forma, o distingue dos outros." (BRETON, 2006, p.10).

A vivência de cada corpo forma a subjetividade específica de cada ser, combinada com a fronteira que o corpo delimita, distinguindo o eu do outro. Este duplo entendimento do que é o corpo, para o indivíduo e para o mundo nos permite iniciar de forma mais clara a compreensão do que é o corpo gordo na sociedade e como isto impacta a subjetividade desses indivíduos.

O CORPO GORDO NA SOCIEDADE

A definição sobre o que é um corpo gordo e como ele difere de outros corpos ainda não é clara para áreas das ciências humanas, que muitas das vezes bebem da medicina para a compreensão deste corpo no ambito social. O IMC e a definição de obesidade para a Organização Mundial da Saúde (OMS) são formas de classificar e metrificar o corpo gordo e o corpo obeso. Para a OMS, obesidade é definida como "o acúmulo anormal ou excessivo de gordura corporal, que afeta e prejudica a saúde." (PAIM; KOVALESKI, 2020, p.4), tendo sido oficialmente integrada à classificação internacional de doenças em 1990. O IMC foi proposto, em 1995, como um parâmetro universal para diagnóstico da obesidade e como condição necessária para definir a obesidade como doença. Por meio de parâmetros quantitativos que consideram somente duas dimensões numéricas (o peso do indivíduo dividido pela sua altura ao quadrado), é calculado o índice, o qual, quando resulta em valor igual ou superior a 30, é base para a classificação do indivíduo como obeso e, consequentemente, doente. Por desconsiderar fatores como massa muscular e estrutura óssea, o IMC é criticado por muitos especialistas, já que, podendo acabar classificando de forma errônea pessoas dentro da

margem de sobrepeso ou como obesas, coloca seus corpos em posição de alerta e combate. Conforme Canguilhem (1995 apud CARVALHO; MARTINS, 2004, p. 1007):

> Assumir que um indivíduo está saudável não é o mesmo que dizer que ele é normal. Com a construção de padrões de normalidade, a medicina assumiu a definição de saúde como uma normalidade, e a de doença, como uma anormalidade, estabelecendo com a fisiologia uma polaridade entre o normal e o patológico, na qual o indivíduo é ou não normal de acordo com um padrão ideal de saúde (CANGUILHEM, 1995 apud CARVALHO; MARTINS, 2004, p. 1007).

Apesar da importância da Medicina em métodos preventivos, de combate às adversidades e em compromisso com a longevidade de forma saudável, é importante considerar todas as variáveis e condições a que os indivíduos estão submetidos em suas vidas. Definições de anormalidade muitas vezes estimulam a desinformação e, por generalizar pessoas em grupos macro, não consideram individualidades cruciais para o entendimento de seu estado de saúde.

> O corpo é parte do ambiente em que vive e, como tal, se apropria do ambiente a cada momento, interagindo e modificando os processos de transdução de energia. A conceituação de obesidade se coloca justamente nessa inter-relação e, desse modo, é preciso debruçar o olhar sobre o próprio conhecimento, sobre nossa forma de construir conceitos, para melhor entendermos o que está em jogo na construção do conceito de obesidade no que ele traz dessas dicotomias hegemônicas. (CARVALHO; MARTINS, 2004 p. 1004)

Por outro lado, sob a ótica sociocultural, é possível notar que a identificação e classificação de corpos como gordos se dá de modo diferente da Medicina. É fortemente baseada pela própria percepção visual da sociedade, utilizando referências por ela própria produzidas sobre o que seria um corpo magro – ainda que este modelo seja, frequentemente, idealizado e até mesmo manipulado por meio de ferramentas de edição de imagens. Com isso, classifica-se todos os corpos que fogem deste padrão como fora do peso "ideal" – e, dependendo do quanto um corpo se distancia do padrão, ele é considerado gordo. Essa distância, no entanto, é também extremamente carregada de subjetividade, uma vez que decorre do tipo de referência que os indivíduos têm em seu próprio imaginário para classificar os corpos.

Sendo assim, é possível identificar que são muitos os fios discursivos que se entrelaçam para compor as perspectivas sobre o corpo gordo, fazendo-se necessário nos fundamentarmos em outras referências – de cunho social e de caráter mais subjetivo do indivíduo gordo, bem como no modo em que a sociedade interage com este corpo – como

inclui ou exclui, e o marginaliza em diferentes ações do cotidiano.

O corpo gordo possui vivências específicas sobre o mundo e o grupo social com o qual interage – que o recebe e o inclui ou exclui. Essas diferentes interações de cada corpo podem causar percepções e subjetividades distintas entre indivíduos. Portanto, compreender um corpo é ver como ele se percebe como veículo do ser e entender como e em que momentos esta sociedade o marginaliza. Entender em que momentos, ambientes, falas e olhares este corpo é julgado, apontado como diferente e anormal, e doente por ser gordo, nos leva a um caminho da compreensão do que é este corpo gordo: um corpo excluído ou apontado como incômodo em determinadas situações.

O corpo gordo é um corpo estigmatizado. O estigma é uma forma de controle social que aplica uma seleção dos indivíduos por meio de princípios morais, religiosos, institucionais, políticos, culturais e comerciais, com o intuito de apontar quem pertence ou não a uma sociedade. Assim, as pessoas que não se enquadram ao que está instituído socialmente são marcadas, estigmatizadas e excluídas do convívio e até da obtenção de direitos. (JIMENEZ, 2019).

> A estigmatização não se reduz a um simples olhar crítico a uma pessoa – ela é um processo de interações que desmerecem um indivíduo e tendem a transformar a vítima em culpado. O processo supõe igualmente a injustiça das críticas (discriminação) e, sobretudo, que o indivíduo que é a vítima aceite e interiorize a desvalorização. [...] O obeso sofre de estigmatização nas sociedades contemporâneas (POULAIN, 2013, p. 117 apud JIMENEZ, 2019).

Assim a sociedade acaba excluindo a pessoa por entender que aquele corpo é inferior, digno de humilhação e exclusões, sendo sempre levado a uma concepção de descrédito, reduzido ao seu estigma,

> [...] para expressar o fenômeno de redução de um indivíduo a um alvo característico da estigmatização. Este se encontrará, assim, reduzido à característica "desviante", que se torna assim que as pessoas obesas são, na maioria das vezes, caracterizadas pelo seu peso e não por seus outros atributos sociais. Elas são caracterizadas como "gordas". O estatuto de "gordo" ou de "gorda" prevalece sobre todas as outras qualidades do indivíduo. O estigmatizado se fecha em um círculo vicioso quando acha normal o julgamento feito pelos outros e acaba por aceitá-lo. Segue-se então uma depreciação pessoal, que ocasiona uma alteração da autoimagem e faz com que o indivíduo considere como legítimos os tratamentos discriminatórios que sofre e os preconceitos dos quais é vítima. (POULAIN, 2013, p.116, apud JIMENEZ, 2019).

O gordo é apontado e lembrado a todo momento sobre o seu corpo, sobre seu

estigma, sobre como é inapropriado e indigno na sociedade. O cotidiano se torna ponto de contato doloroso desta exclusão. Por exemplo, um simples ato de utilizar o transporte público pode ser um momento de extremo constrangimento, pois as catracas não são pensadas para um corpo gordo passar de maneira confortável, os bancos são projetados para pessoas magras sentarem, e, caso uma pessoa gorda se sente, irá ocupar dois assentos, o que pode causar desconforto, relembrar o estigma e expulsar este corpo da sociedade, impossibilitando-o de realizar uma tarefa básica e que é direito do ser, o direito de ir e vir.

> A descrição da estigmatização da obesidade foi desenvolvida nos Estados Unidos por Werner Cahnman (1968) e Natalie Allon (1981). Da simples compra de uma passagem de avião ou de um bilhete para o cinema até a força do olhar estético sobre ele, o obeso é desvalorizado, marginalizado, banido da sociedade. O obeso sofre de estigmatização nas sociedades desenvolvidas contemporâneas. (POULAIN, 2013, p. 117 apud JIMENEZ, 2019).

Portanto, podemos entender que o corpo gordo é o corpo excluído e apontado diariamente, a todo momento pela sociedade como o corpo que falhou, o corpo anormal e incômodo, o estigmatizado, o corpo que sofre e tem seus direitos básicos impossibilitados,

> Ser uma pessoa gorda em nossa sociedade é perder direitos, direitos até bastante corriqueiros para quem os tem e, por isso, muitas vezes, passam até despercebidos, como sentar numa cadeira confortável no restaurante, ser tratada com dignidade e humanidade pela equipe médica, usar os transportes públicos com confiança e comodidade. A gordofobia tira todos esses direitos do indivíduo gordo e o culpa por isso. (JIMENEZ, 2019, p.62)

BIOSSOCIABILIDADE E O CORPO GORDO NO DISCURSO MIDIÁTICO

As mídias possuem papel importante na construção da imagem deste corpo gordo como negativo, errado e não saudável, exaltando a magreza e a saudabilidade. O sistema midiático sempre esteve e está associado à produção de novas identidades e sociabilidades, incentivando a auto-vigilância e controle do corpo. O controle do corpo da população faz parte da chamada biossociabilidade, que segundo Foucault nasceu na metade do século XIX, e é uma nova tática de poder, com técnicas disciplinares da população, não só do indivíduo. A compreensão da biossociabilidade, referente a estudos do corpo, se trata de falar da vida - bio - na esfera de mídia e consumo (AIRES, 2016).

A compreensão deste formato de sociabilidade passa pela cultura da mídia. Hoff (2015) compreende a cultura da mídia geral como comunicadores e promotores de

biossociabilidades, “que são produzidas na interação do capital e do ideário das culturas do consumo com as biotecnologias e a medicina” (AIRES, 2016, p.105).

Ortega (2003), outro pensador que discorre sobre este tema, avança nessa discussão, pois para ele a intensificação das práticas de consumo contemporâneas voltadas para o corpo, que são estimuladas pela mídia, fez distinção entre o corpo e o self, ao identificarmos alguns indivíduos pelo corpo e não por virtudes interiores.

> A biossociabilidade é uma forma de sociabilidade apolítica constituída por grupos de interesses privados, não mais reunidos segundo critérios de agrupamento tradicional como raça, classe, estamento, orientação política como acontecia na biopolítica clássica, mas segundo critério de saúde, performances corporais, doenças específicas, longevidade etc. Criam-se novos critérios de mérito e reconhecimento, novos valores com base em regras higiênicas, regimes de ocupação de tempo, criação de modelo de ideais de sujeito baseado no desempenho físico. As ações individuais passam a ser dirigidas com o objetivo de obter melhor forma física, mais longevidade, prolongamento da juventude etc. (ORTEGA, 2003, p.63 apud AIRES, 2016, p.106)

Se faz necessária uma adaptação à norma, ao padrão e, caso não atinja este ideal, o ser é visto como falho. “Não atingir os ideais de corpo vigentes é uma questão quase de ordem ‘moral’, significa fracassar no seu projeto de construção de si, e se o sujeito só tem o corpo para lhe prover uma identidade esse corpo deve ser como a norma sugere” (AIRES, 2016, p.106).

A estética corporal sempre esteve presente nas sociedades, mas esse discurso nunca foi tão central e presente como nos últimos anos nas mídias, o que coloca o corpo gordo em um fator de risco, por não se encaixar no padrão estético desejado e discutido, o que justifica qualquer ação para entrar no padrão e principalmente fugir da obesidade. Fracassar neste projeto significa fracassar na vida, no bio e ser para sempre estigmatizado, de modo tão cruel que se compara a cometer um crime hediondo (AIRES, 2016).

A gordofobia, que geralmente é justificada como uma preocupação sanitária, principalmente associada à obesidade.

> Tornou-se comum a utilização da expressão “epidemia mundial”. A palavra epidemia está associada, de modo geral, a doenças contagiosas. A obesidade seria a primeira epidemia não infecciosa da história, talvez para exagerar a ideia de que qualquer pessoa pode “pegá-la” (Poulain, 2013; Seixas; Birman, 2012 apud PAIM; KOVALESKY, p.2, 2020).

Por classificar uma doença, parece justificável repudiá-la, mas quando se questiona

critérios de obesidade e sobrepeso, percebemos que essa preocupação sanitária é enviesada e só reforça a falta de informação e os estereótipos sobre o corpo gordo, já que não necessariamente ser gordo seja sinônimo de falta de saúde, ou mesmo de obesidade. “[...] Logo se constitui o combate à obesidade, a que usualmente estão associadas campanhas de perseguição e extermínio, como o combate à corrupção, à prostituição infantil e às drogas" (RIGO; SANTOLIN, 2012 apud PAIM; KOVALESKY, p.2, 2020).

REPRESENTAÇÃO VS. REPRESENTATIVADE

Em geral, as representações dos corpos gordos na mídia são carregadas de conotação negativa. Em notícias da imprensa, a psicoterapeuta e ativista Charlotte Cooper (2007) identificou um fenômeno para a forma como pessoas gordas eram representadas, e o denominou de Headless Fatties – ou "gordinhos sem cabeça", em tradução livre. Durante uma onda de combate à obesidade na década de 2000, tornou-se comum a publicação de artigos sobre os custos financeiros da obesidade e comunicados na imprensa com o discurso da "bomba-relógio da obesidade" acompanhados de fotos de pessoas gordas – aparentemente tiradas sem consentimento – com as suas cabeças cortadas para fora da imagem. Nesse contexto, os seus corpos permaneciam constantemente representados na mídia jornalística, porém, não como pessoas, mas como um problema coletivo que precisava ser discutido e solucionado. Com isso, os corpos gordos se tornam simbólicos, pois, apesar de estarem presentes na mídia, as pessoas a quem eles pertencem não têm voz, pensamentos ou opiniões, e a sua imagem é reduzida a um símbolo de medo cultural.

As diretoras do documentário Fattitude (2017), Lindsey Averill e Viridiana Lieberman, explicam em sua conferência do TEDxGraceStreetWomen's que a cultura pop, de modo geral, atribui às pessoas gordas "papéis bastante específicos [nos filmes e na televisão]: elas comumente personificam o vilão, o alvo de piadas, o hipersexual ou o assexual, o ignorante, o preguiçoso, o solteiro – e sempre o melhor amigo, nunca o herói". Exemplos desses tipos de representação não são raros de se encontrar: na série Friends (1994), o passado da personagem Monica é sempre retratado como motivo de chacota, principalmente porque ela era gorda – e os idealizadores do seriado fazem questão de retratar essa informação de forma bastante estereotipada e ofensiva. No episódio The One That Could Had Been, Part I, os personagens imaginam como teriam sido suas vidas se certos fatos marcantes sobre eles nunca tivessem ocorrido – e o fato marcante da vida de Monica é que ela era gorda. A

personagem reflete sobre como seria sua vida se ela nunca tivesse emagrecido, e afirma para o seu namorado: "Você não me namoraria, com certeza". Os amigos concordam com sua afirmação e, em seguida, é reproduzida a trilha de risadas – som característico de séries sitcom para indicar uma piada ou situação engraçada –, a fim de reforçar a ideia de que pessoas gordas não são atraentes nem dignas de serem amadas. Ao longo da narrativa do episódio, várias cenas da Monica, que teria continuado gorda nesse cenário hipotético, vêm acompanhadas da trilha de risadas, como, por exemplo, quando a sua aparência é elogiada – dando a entender que pessoas gordas não podem ser consideradas bonitas e, se recebem elogios, eles são falsos; excessivas cenas da personagem comendo alimentos não saudáveis, como chocolate e sanduíche; o fato de que, na série, é retratado que se ela não tivesse emagrecido, seria virgem até hoje – corroborando com a ideia de que gordos não são considerados sexualmente atraentes e, por isso, não podem ter uma vida sexual ativa.

Um outro exemplo é um sucesso de vendas de bilheteria, que chegou a arrecadar 2,798 bilhões de dólares: o filme Vingadores: Ultimato (2019) também não fugiu da representação negativa do corpo gordo para o personagem Thor, o Deus do Trovão. Nos filmes anteriores da saga, Thor sempre apresentou um corpo bastante musculoso, uma aparência considerada bela e uma personalidade bastante corajosa. Em Vingadores: Guerra Infinita (2018), por exemplo, a sua beleza chegou a virar assunto no filme quando os Guardiões da Galáxia encontram seu corpo pelo espaço. Nesta cena, enciumado com a atenção dada ao Deus do Trovão, Peter Quill tenta se comparar com Thor, e seus amigos lhe respondem que, enquanto Quill é apenas um cara, Thor é um homem – bonito e musculoso. Além disso, eles reforçam que Quill "está a um sanduíche de ser gordo" – ainda que ambos tenham formas físicas semelhantes, conforme é possível observar na Figura 1. Esse diálogo, contudo, é um perfeito exemplo de como chamar outra pessoa de "gorda" é, até hoje, um recurso utilizado como tentativa de diminuir a beleza de uma pessoa.

Figura 1 -Personagens da Marvel, Peter Quill à esquerda e Thor à direita



Fonte: Twitter.

Em contraste, no filme Vingadores: Ultimato (2019), lançado no ano seguinte, os idealizadores da saga optaram por representar Thor como um homem descuidado, medroso, deprimido, que exagera na bebida e gordo (Figura 2), após sofrer uma derrota traumatizante de um vilão. Apesar do "estar gordo" não ter se tornado diretamente foco de piada nos diálogos do filme, é preciso compreender que a representação do corpo gordo do personagem surge acompanhada de um momento seu de vulnerabilidade e abalo emocional, e não de uma representação de conotação positiva.

Figura 2 - Representação do Thor gordo



Fonte: Lega Nerd.[2]

Quando criticados por gordofobia, os roteiristas explicaram que o problema que Thor precisava enfrentar era emocional, e não tinha relação com o peso. Por outro lado, Chris Hemsworth, ator que interpreta o personagem, afirmou em entrevista que, no roteiro original, o personagem voltaria à sua forma física musculosa no decorrer do filme, e que

[2] Disponível em: https://leganerd.com/2019/06/27/avengers-endgame-ecco-svelato-il-nome-della-nuovaversione-di-thor/. Acesso em: 22 set. 2024.

quem teria defendido a manutenção do corpo gordo até o final do filme havia sido ele. Isto é, se não houvesse a intervenção do ator, o roteiro do filme reforçaria a associação do Thor gordo a um estado emocional negativo, e o Thor musculoso a um estado emocional positivo.

Sendo assim, é possível identificar que, de forma intencional ou não, esse tipo de representação é frequente até hoje e acaba reforçando um estereótipo bastante pejorativo sobre o que é ser gordo. Diante deste contexto, o ativismo gordo luta para que haja um aumento de representação positiva, de modo que seja possível encontrar referências de pessoas gordas exercendo atividades normais em seu dia a dia, sendo ilustradas como super-heroínas, ou como protagonistas em filmes, séries e novelas – sem que precisem passar por um processo de emagrecimento associado a melhora de sua aparência ou de sua saúde.

Eis, então, a diferença entre representação e representatividade: o fato de o corpo gordo ser representado em determinado contexto não é sinônimo de promover representatividade para este grupo. Isso porque representações que reforçam estereótipos de conotações negativas relacionados ao corpo gordo – como momentos de fragilidade, abalo emocional, vulnerabilidade, doença, baixa autoestima, entre outros – apenas fortalecem a imagem pejorativa que a sociedade já tem sobre pessoas gordas.

O FILME "A BALEIA"

Em 2022 e 2023, a discussão sobre representação e representatividade volta à tona ganhando mais força e holofote ao ser levado a um filme ganhador de dois Oscars. O filme "A Baleia" (*The Whale*) foi lançado em 4 de setembro de 2022, no Festival Internacional de Cinema de Veneza e após está estreia foi ao cinemas nos Estados Unidos em 9 de dezembro de 2022. Chegando no Brasil somente no dia 23 de fevereiro de 2023. O filme "Vencedor de dois prêmios do Oscar, incluindo Melhor Ator. Um homem obeso e solitário busca se reconectar com sua filha adolescente em uma última chance de redenção.", como é descrito no resumo do Amazon Prime, serviço de Streaming em que filme está disponível. O filme recebeu os dois Oscar por melhor ator e melhor cabelo e maquiagem.

Descrevendo de forma mais aprofundada sobre o que o filme se trata, para que possamos trazer para o debate de gordofobia e representação do corpo gordo nas mídias, ele acompanha a história de Charlie, um professor de inglês recluso que sofre de obesidade mórbida, pesando cerca de 270 quilos. Isolado em seu apartamento, Charlie tenta se reconectar com sua filha adolescente, Ellie, enquanto lida com os impactos de sua saúde

física e emocional em deterioração. Com temas que incluem redenção, culpa, sexualidade e auto aceitação, o filme busca explorar o sofrimento interior de Charlie enquanto ele enfrenta as consequências de escolhas passadas que o levaram a esta obesidade e consequentemente a morte causada pela doença, pois o filme retrata sua tentativa de redenção em sua última semana de vida.

A produção foi escrita por Samuel D. Hunter, como peça teatral que foi adaptada para as telas e nesta produção foi dirigido por Darren Aronofsky, mesmo diretor do filmes Cisne Negro e Mãe. O ator principal, que representa Charlie, o homem em obesidade mórbida, é interpretado por Brendan Fraser, que recebeu Oscar em 2023 como melhor ator por sua atuação no longa-metragem.

Por sua produção e reconhecimento o filme foi alvo de diversas críticas e gerou um intenso debate sobre sua representação da obesidade e o corpo gordo. Muitos críticos argumentaram que o filme reforça estereótipos prejudiciais ao apresentar a obesidade como sinônimo de sofrimento, vergonha e isolamento. A transformação visual de Brendan Fraser, utilizando próteses para ilustrar o peso de seu personagem, gerou questionamentos sobre a ética da representação, levando a sugestões de que o filme poderia ter evitado a exploração e o sensacionalismo ao optar por um ator gordo em vez de recorrer a efeitos de maquiagem. Além disso, a narrativa focada no sofrimento de Charlie foi vista por alguns críticos como melodramática, concentrando-se na miséria em detrimento de uma representação mais complexa e nuançada da experiência de viver em um corpo gordo.

A crítica ao filme não se limita apenas à representação visual do corpo, mas também abrange a falta de diversidade nas histórias de vida de pessoas gordas. A maioria das análises aponta que "A Baleia" falha em explorar a plenitude da vida de pessoas com obesidade, que podem ser multidimensionais e não definidas apenas por sua condição. Essa visão limitada e negativa da obesidade pode perpetuar a discriminação e o estigma associados a corpos gordos na sociedade, desconsiderando questões de saúde mental, aceitação e autoimagem. Assim, "A Baleia" levanta questões críticas sobre a representação de corpos gordos no cinema contemporâneo, contribuindo para um debate mais amplo sobre como a indústria cinematográfica lida com temas de peso e saúde, frequentemente reforçando narrativas prejudiciais em vez de desafiá-las.

Os pontos trazidos pelas críticas ao filme nos remete a compreensão e disparidade em que há sobre a representação e a representatividade do corpo gordo nas mídias.

O TÍTULO "A BALEIA" E O REFORÇO A GORDOFOBIA

O nome do filme já nos remete a desconforto ao se intitular "A Baleia". Em referência ao texto escrito por Ellie, filha de Charlie, o personagem principal, onde na oitava série a garota, redige um texto sobre o livro Moby Dick e em momentos em que o personagem principal acredita que está perto de sua morte lê ou pede pra alguém lê-lo, para morrem ouvindo algo que ele ama. Neste texto, que de certa forma refere-se também a ele mesmo e como lida com sua luta interna de obesidade, redenção e proximidade com a morte, o texto descreve o livro Moby Dick:

> [...] Sua vida inteira gira em torno de matar uma certa baleia. Eu acho que é triste porque a baleia não tem emoções e ela não sabe que Ahab quer matá-la. E é só um pobre e enorme animal. E também tenho pena do Ahab, porque acha que sua vida será melhor se ele matar essa baleia. Mas, na verdade, não vai ajudá-lo em nada. Fiquei muito triste com este livro, e senti muitas emoções pelos personagens. E muito mais triste me senti quando li os capítulos chatos que eram só descrições de baleias, porque sabia que o autor tentava nos poupar de sua própria história triste Só por um momento. Este livro me fez pensar na minha própria vida, e então me fez me sentir feliz por ela. (A Baleia, ARONOFKSY, 2022)

A similaridade com o que o personagem é retratado ao longo do filme e descrito por este filme, onde da última cena do longa metragem, Ellie lê o texto enquanto ele tenta caminhar até ela. Neste momento, o que ela lê, casa com o que ele é e tenta retratar, ao falar em que "é so um pobre e enorme animal", Charlie se levanta do sofá, mostrando o tamanho e altura de um personagem que aparece quase todo o filme sentado dado a sua dificuldade de locomoção. Esta cena, assim como todo o filme, reforça o estereótipo do corpo gordo, assim de tratar com estigma a obesidade que é uma doença, reforçando que todo corpo gordo é um corpo obeso e por consequência um corpo doente.

O título do filme, que remete a este texto que acompanha durante toda a narrativa, mas que também descreve o personagem, como está baleia que deve ser morta, que "é só um pobre animal", desumanizando-o como um todo, o Charlie, que é representado ao longo do filme como um ser incapaz de realizar tarefas básicas sozinho, como se levantar, se alimentar, caminhar e outros.

Outras cenas que reforçam e retomam este estigma sobre o corpo gordo e que possuem a intenção de gerar certa repulsa em relação a este corpo, neste caso, pelo personagem Charlie, são as cenas em que ele está comendo, pedindo para comer ou descontando emoções em alimento. Entre as primeiras cenas do filme, logo após ele quase

vir a falecer, ele pede um balde de frango frito, onde é mostrado e enfatizado ele se alimentando de forma grotesca, com a mão, se lambuzando por inteiro, além de limpar a sujeira da gordura em sua própria blusa. Outra cena que retrata este descontrole alimentar é logo após uma briga com sua filha, seguida com o entregador de pizza o vendo, e reagindo com “Meu Deus”, assustado com aquele homem, com aquele corpo desviante do padrão. Assim ele claramente triste opta por descontar todas sua mágoa e raiva em duas pizzas e diversos outros alimentos, mesmo que isso signifique correr risco de vida. Por meio dessas cenas há intenção de passar a clara ligação de sua obesidade com excesso de alimento como uso de escape emocional, criando cenas que geram certo nojo no telespectador e em consequência, nojo sobre o personagem rejeitado e excluído socialmente, já que todo o longa passa dentro de seu apartamento, que ele não sai nem por emergência.

CONCLUSÃO

Neste poucos trechos relatados no artigo, é possível compreender, mesmo que para discussões iniciais, o formato em que foi representado o corpo gordo e a doença obesidade ao longo de um filme amplamente reconhecido e ganhador de Oscar. Reforçando o estigma sobre este corpo não se encaixar socialmente, ser rejeitado por ser oposto do padrão, e se intensificando ao retratar a proximidade da morte dado a obesidade, a dificuldade de locomoção, uma provocação de nojo ao Charlie pela forma que ele come, estar sempre suado e todo seu esforço em realizar atividades básicas.

O filme nos traz a discussão inicial do texto sobre o corpo como veículo de ser e como isto constitui como esta pessoa é, o Charlie se sentia envergonhado de sua imagem e se exclui e era excluído socialmente por conta do seu corpo e dificuldade de locomoção dado ao grau de sua obesidade. Retomando também a discussão do corpo gordo versus o corpo doente.

“A Baleia” reforça ao longo de todo o longa metragem esta linha de o corpo gordo que é doente, que é anormal e que falhou com o propósito de vida, tanto que está fadado ao fim dela, mesmo que ao final de sua vida busque uma forma de se redimir, ser visto, lembrado e amado por alguém, nesse caso, sua filha Ellie.

Por tanto este artigo permite o início da discussão sobre como o filme retrata e reforça estereótipos e estigmas sobre o corpo gordo, sendo possível de mais discussões e compreensão de como este grupo social, marginalizado e excluído é visto socialmente.

Coloca em pauta as mídias trazendo como forma de representação e exclusão, em nenhum momento com viés de trazer a pauta do corpo gordo como representatividade, sendo por um olhar mais amigável, não estigmatizado, não excludente e sem o viés de doença para esse corpo, quanto por trazer atores gordos para representar Charlie, o que não acontece neste filme, mas levanta debates para caminhos futuros e mais representativos para pessoas gordas.

REFERÊNCIAS

AIRES, Aliana Barbosa. **Convocações midiáticas para os corpos magro e obeso**: produção de biossociabilidades do consumo. Recife: Editora UFPE.

CANGUILHEM, G. **O normal e o patológico**. 4.ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1995.

CARVALHO, Maria Cláudia; MARTINS, André. A obesidade como objeto complexo: uma abordagem filosófico-conceitual. **Ciência & Saúde Coletiva**, v. 9, p. 1003-1012, 2004.

COOPER, Charlotte. **'Headless Fatties'** [Online]. Londres: 2007. Disponível em: http://charlottecooper.net/fat/fat-writing/headless-fatties-01-07/. Acesso em: 12 out. 2021.

COSTA, J. F. **O vestígio e a aura.** Rio de Janeiro: Garamond, 2004.

FERREIRA, Maria Elisa Mattos Pires. O corpo segundo Merleau-Ponty e Piaget. **Ciências & Cognição**, v. 15, n. 3, 2010.

JIMENEZ, Maria Luisa. **Lute como uma gorda**: gordofobia, resistências e ativismos. Cuiabá, 2020. Disponível em: . Acesso em: 15 set. 2021.

LE BRETON, David. **A sociologia do corpo**. Sâo Paulo: Vozes, 2006.

PAIM, Marina Bastos; KOVALESKI, Douglas Francisco. Análise das diretrizes brasileiras de obesidade: patologização do corpo gordo, abordagem focada na perda de peso e gordofobia. **Saúde e Sociedade**, v. 29, p. e190227, 2020.

O(s) autor(es) é(são) responsável(is) pela fidedignidade dos dados apresentados.

DA ARTE À MERCADORIA: O PENSAMENTO DE BENJAMIN COMO FUNDAMENTO TEÓRICO PARA UMA CRÍTICA À PADRONIZAÇÃO SOCIAL DO CORPO.

Priscilla Paranhos[1]
Tânia Hoff[2]

RESUMO

Este artigo analisa a reprodutibilidade técnica das imagens de corpo no Instagram, com base no conceito de "aura" de Benjamin, refletindo sobre a padronização das imagens. Autores como Adorno, Matos, Berman e Douglas são usados para discutir fetichismo e estética da mercadoria, enquanto Foucault e Morin ajudam a pensar o corpo. Quanto aos resultados, evidencia-se que o conceito de Benjamin consiste, numa crítica relevante para as discussões de padronização na contemporaneidade.

Palavras-chave: Consumo; comunicação; corpo; mercadoria; inorgânico

FROM ART TO COMMODITY: BENJAMIN'S THOUGHT AS A THEORETICAL FOUNDATION FOR A CRITIQUE OF THE SOCIAL STANDARDIZATION OF THE BODY

ABSTRACT

This article analyzes the technical reproducibility of body images on Instagram, based on Benjamin's concept of "aura," reflecting on the standardization of these images. Authors such as Adorno, Matos, Berman, and Douglas are used to discuss fetishism and the aesthetics of commodities, while Foucault and Morin provide insights on the body. The results indicate that Benjamin's concept is a significant critique for discussions on standardization in contemporary society.

Keywords: Consumption 1; communication 2; body 3; commodity 4; inorganic 5.

INTRODUÇÃO

Neste artigo, exploraremos a significativa contribuição de Walter Benjamin que,ao mergulhar no âmago do conceito de arte e refletir sobre sua reprodutibilidade técnica nos meios de comunicação, amplia a compreensão sobre a padronização e serialização da arte, dos objetos, de pessoas e pensamentos, e também possibilita o desenvolvimento de análises

[1] Doutoranda pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Práticas de Consumo (PPGCOM) da ESPM-SP, bolsista da CAPES e participante do BIOCON – Grupo de Pesquisa Comunicação, discursos e biopolíticas do consumo e Mestre em Comunicação pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Faculdade de Comunicação Social da UERJ (PPGCOM -UERJ), email: priscillapsc@gmail.com. ORCID: https://orcid.org/0009-0007-4330-2745.

[2] Professora titular do PPGCOM ESPM-SP. Bolsista Produtividade Nível 2. Pós doutora pelo Programa de Estudos Pós Graduados em Comunicação e Semiótica da PUC-SP. Coordenadora do GP "BIOCON — Comunicação, Discursos e Biopolíticas do consumo" e Vice-coordenadora da Cátedra Maria Aparecida Baccega - Comunicação, educação e consumo. E-mail: thoff@espm.br. ORCID: https://orcid.org/0000-0002-3619-034X.

críticas de fenômenos relacionados em diversas esferas da sociedade contemporânea. . Esse enfoque, centrado na relação entre arte e meios de comunicação, encontra também ecos nos escritos de Theodor Adorno (1985), notadamente em sua abordagem sobre a indústria cultural. Contudo, o aspecto distintivo do presente artigo reside na singular abordagem benjaminiana à arte, concebendo-a como uma expressão única, capaz de conferir singularidade aos objetos artísticos e como a sua relação com a necessidade de uma perfeita reprodução técnica implica na ideia de uma nova significância da mesma. É a partir deste ponto que empreendemos uma análise comparativa entre os escritos modernos de Benjamin e a necessidade contemporânea de uma padronização e serialização de tudo e todos.

> Em sua essência, a obra de arte sempre foi reprodutível. O que os homens faziam sempre podia ser imitado por outros homens. Essa imitação era praticada por discípulos, em seus exercícios, pelos mestres, para a difusão das obras, e finalmente por terceiros, meramente interessados no lucro. (BENJAMIN, 1994, p.76)

A partir dessa afirmação inaugural do filósofo, identificamos elementos fundamentais que nos permitem estabelecer uma conexão entre arte, corpo e humanidade em si. Benjamin sugere que a capacidade de imitação, intrínseca à obra de arte, origina-se de agentes específicos, como discípulos, mestres e indivíduos interessados no lucro e esta afirmação pode ser compreendida como um complexo sistema do que veio a se tornar a intenção humana pela reprodução e padronização.

Nesta perspectiva, Adorno observa:

> Os interessados inclinam-se a dar uma explicação tecnológica da indústria cultural. O fato de que milhões de pessoas participam dessa indústria imporia métodos de reprodução que, por sua vez, tornam inevitável a disseminação de bens padronizados para a satisfação de necessidades iguais. Por enquanto, a técnica da indústria cultural levou apenas à padronização e à produção em série, sacrificando o que fazia a diferença entre a lógica da obra e a do sistema social (ADORNO, 1985, p. 57).

A noção benjaminiana de autenticidade (BENJAMIN, 1994, p. 167), que destaca a ausência do "aqui e agora" na reprodução mais fiel da arte, é relevante para a reflexão já que ela ratifica a relação entre a mercadoria útil e o original. Esse conceito pode se dizer que aparece em uma análise bem direcionada no texto *"Paris, capital do século XIX"* do autor, que apresenta a ideia de orgânico e inorgânico. Nesse texto, Benjamin descreve a rotina do

indivíduo, orgânico e vivo, na cidade de Paris, cidade abarrotada de pessoas.

> A moda prescreve o ritual pelo qual o fetiche da mercadoria busca adoração, estendendo sua autoridade tanto aos objetos cotidianos quanto ao cosmos. Levando essa dinâmica ao extremo, ela revela sua natureza, entrando em conflito com o orgânico, ao unir o corpo vivo ao mundo inorgânico e reivindicar no corpo vivo os direitos do cadáver. O fetichismo subjacente ao apelo sexual do inorgânico emerge como seu elemento vital. O culto à mercadoria coloca esse fetichismo a seu serviço. (BENJAMIN, 1935, p.75)

Ao explorarmos as ideias de Benjamin sobre a reprodutibilidade técnica, vislumbramos um percurso que desemboca na serialização da obra, associada à necessidade de mercantilização e lucro, bem como ao desenvolvimento de um processo de mercadorização de coisas e também das pessoas. Tais aspectos contribuem significativamente para refletirmos sobre os sentidos atribuídos à mercadoria desde o século XIX e sua centralidade na vida cotidiana e nos sistemas de significação que se desenvolvem no contexto do consumo. Assim, neste trabalho, refletimos sobre a padronização dos corpos na cultura do consumo nos dias de hoje, notadamente nas redes sociais, discorrendo sobre as possíveis aproximações das reflexões benjaminianas sobre a arte/reprodutibilidade e padronização com as técnicas e procedimentos de produção do corpo na sociedade contemporânea.

Assim, ao considerarmos aspectos da serialização da obra de arte e sua associação com a mercantilização na modernidade, podemos estender essa análise para a padronização dos corpos nas redes sociais na contemporaneidade.

A cultura de massa, contexto em que Benjamin observou e desenvolveu sua análise sobre o fenômeno da reprodutibilidade técnica da arte, não apenas produziu objetos culturais padronizados, mas também contribuiu para a padronização da vida em várias instâncias. Nessa perspectiva, identificamos aproximações possíveis entre o fenômeno observado por Benjamin e o fenômeno contemporâneo acerca da produção de imagens de corpo nas redes sociais, bem como o modo como concebemos o corpo e desenvolvemos técnicas e procedimentos para intervenções estéticas.

DESENVOLVIMENTO

Adorno e Benjamin, embora tenham trajetórias e abordagens diferentes, convergem em suas críticas à instrumentalização da cultura e à mercantilização da vida. Walter Benjamin, em seu famoso ensaio "A Obra de Arte na Era de Sua Reprodutibilidade Técnica", reflete sobre como a reprodução em massa das obras de arte destroi sua "aura", ou seja, seu

valor único e irreproduzível, e como isso altera a percepção e a experiência estética do público. Para Benjamin, a reprodutibilidade técnica, apesar de democratizar o acesso à arte, também reduz a singularidade e a profundidade da obra, tornando-a mais suscetível à manipulação pelo mercado e pela indústria cultural. Esse processo se intensifica nas redes sociais, onde a imagem do corpo é produzida e reproduzida incessantemente, criando padrões estéticos que moldam e limitam a percepção da individualidade.

Theodor Adorno, por sua vez, no contexto da Escola de Frankfurt, vai além ao criticar a indústria cultural e seu papel na produção em massa de arte e cultura como mecanismos de controle social. Para Adorno, a indústria cultural homogeneiza a sociedade, promovendo uma cultura de massa que submete o indivíduo a padrões estéticos e comportamentais, esvaziando a arte de seu conteúdo crítico e transformador. Em relação ao corpo, Adorno sugeriria que as imagens disseminadas pelas redes sociais não apenas refletem, mas também reforçam um ideal de corpo padronizado, funcional ao sistema capitalista, no qual o corpo se torna uma mercadoria a ser moldada e consumida.

A partir dessas reflexões, podemos aprofundar a análise do corpo nas redes sociais, entendendo-o como parte de um fenômeno mais amplo de mercantilização e padronização da vida, como previsto tanto por Benjamin quanto por Adorno. Enquanto Benjamin oferece as ferramentas para compreender a reprodutibilidade e a perda da "aura" do corpo, Adorno complementa essa análise ao denunciar a conformação das subjetividades ao mercado, evidenciando como a padronização dos corpos nas redes sociais reflete e sustenta as dinâmicas de poder e controle da cultura de massa. Dessa forma, a reflexão crítica sobre a padronização dos corpos nas redes sociais encontra respaldo nas teorias desses dois autores, oferecendo uma visão densa e crítica para a compreensão desse fenômeno contemporâneo.

Walter Benjamin, traz à tona uma crítica profunda sobre a transformação da arte no contexto da modernidade. Para ele, a introdução da tecnologia e dos métodos de reprodução em massa, como a fotografia e o cinema, dilui o valor único das obras de arte, que ele denomina "aura". Essa "aura" se refere à autenticidade e à presença singular que uma obra de arte carrega em seu contexto original, um valor que é perdido quando a obra é reproduzida tecnicamente. Benjamin argumenta que, embora a reprodutibilidade técnica tenha o potencial de democratizar o acesso à arte, ela também a transforma em um produto comercial, esvaziando-a de seu caráter ritualístico e de sua capacidade crítica. No lugar do envolvimento direto e contemplativo, a arte passa a ser consumida como mais uma

mercadoria, subordinada à lógica do mercado e da padronização.

A partir dessa reflexão de Benjamin sobre a reprodutibilidade e a mercantilização da arte, podemos traçar uma conexão com o pensamento de Michel Foucault sobre o corpo. Foucault, em sua obra "Vigiar e Punir" (1995), oferece uma análise crítica sobre o corpo, concebendo-o como um "campo de forças" que está constantemente sendo moldado e controlado por diferentes dispositivos de poder. Assim como a arte perde sua "aura" e se torna um objeto de manipulação nas mãos da indústria cultural, o corpo, para Foucault, também é alvo de uma série de técnicas e procedimentos que buscam discipliná-lo, normatizá-lo e transformá-lo em um instrumento de controle social. Foucault argumenta que o corpo não é simplesmente uma entidade orgânica, mas um espaço onde as relações de poder e saber se materializam.

O corpo é moldado por práticas sociais, institucionais e políticas, o que o transforma em uma construção complexa e não meramente biológica. Nesse sentido, as técnicas de intervenção estética e os padrões de beleza impostos pela sociedade contemporânea são manifestações de dispositivos de poder que atuam sobre o corpo, de forma semelhante ao que Benjamin observou em relação à arte. Ao colocar lado a lado os pensamentos de Benjamin e Foucault, podemos perceber como a padronização e mercantilização da arte e do corpo compartilham mecanismos semelhantes de controle e manipulação. Benjamin nos alerta sobre a perda da singularidade e da profundidade crítica da arte, enquanto Foucault expande essa análise para o corpo, que também é moldado e reproduzido segundo normas que servem a interesses específicos de poder.

Quando Morin (2002) sugere que o corpo pode ser interpretado como uma expressão artística da condição humana, ele estabelece uma ponte entre essas duas visões, apontando para o fato de que tanto a arte quanto o corpo são espaços de projeção e identificação, sujeitos às mesmas forças sociais que buscam padronizar e normatizar o que deveria ser, em sua essência, único e singular. A obra de arte, na visão benjaminiana, promete instituir a verdade ao imprimir a figura nas formas transmitidas pela sociedade, embora essa promessa seja, ao mesmo tempo, hipócrita e ideológica. A expressão artística, para Morin, e a compreensão do corpo, para Foucault, como campo de forças, se entrelaçam na complexa rede de projeção-identificação.

> Um Olimpo de vedetes domina a cultura de massa, mas se comunica, pela cultura de massa, com a humanidade corrente. Os olimpianos, por meio de sua dupla natureza,

> divina e humana, efetuam a circulação permanente entre o mundo da projeção e o mundo da identificação. Concentram nessa dupla natureza um complexo virulento de projeção-identificação. Eles realizam os fantasmas que os mortais não podem, mas chamam os mortais para realizar o imaginário. A esse título os olimpianos são os condensadores energéticos da cultura de massa. (MORIN, 2002. p 107)

Se para Benjamin estes conceitos conjuntamente contribuem para a lógica de uma mercadoria inorgânica, enfocando a parte orgânica com uma função específica. A partir dessas concepções de arte, corpo e organicidade, delinearemos uma trajetória crítica que busca explicar como a contemporânea necessidade de padronização do corpo pode ser relacionada à perspectiva de Benjamin sobre a reprodutibilidade da arte, ou seja, como a ideia de padronização dos corpos, objetos e pensamento é forma do mercado de esvaziamento da expressão artística que o corpo se apresenta.

> Assim como os dominados historicamente levaram mais a sério a moral que recebiam dos dominadores, hoje em dia as massas logradas sucumbem mais facilmente ao mito do sucesso do que aqueles que alcançaram o sucesso. Elas persistem obstinadamente na ideologia que as escraviza, antecipando-se, por vezes, à astúcia das instâncias de controle. O amor funesto do povo pelo mal que a ele se faz é notável, revelando uma submissão arraigada às forças que o manipulam. (ADORNO, 1985, p. 64)

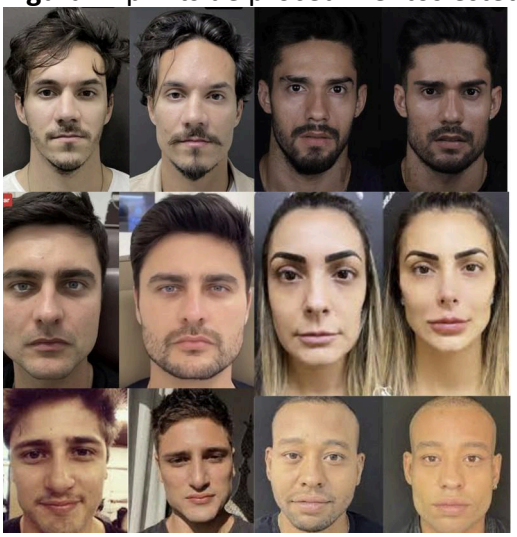
Na continuidade da análise dos conceitos sobre a interação entre corpo e arte, passamos a abordar a temática mercadológica à qual a arte está submetida e como essa dinâmica se manifesta na sociedade contemporânea através da serialização do corpo e do comportamento social. Incorporamos perspectivas fundamentais do pensamento de Mary Douglas para explorar as nuances do sistema de produtos e mercadorias e serialização.

No contexto mercadológico, é essencial entender como a arte e o corpo se inserem no tecido social, especialmente ao considerar a natureza da mercadoria e a necessidade de sua reprodução. Adorno, em sua crítica à indústria cultural, e Mary Douglas, ao abordar a padronização associada ao status quo, oferecem contribuições teóricas valiosas. Quando somadas ao pensamento de Benjamin, essas reflexões fortalecem a crítica sobre a padronização contemporânea, revelando a profundidade desse fenômeno na sociedade atual.

Neste artigo, desenvolvemos um debate teórico- analítico para refletir sobre um tema contemporâneo que tem relações com o debate da modernidade. Assim, vamos tomar como objeto as manifestações das redes sociais, notadamente a "harmonização facial",

processo no qual celebridades, ou influenciadores, realizam uma serialização e padronização da face na busca de alcançar o apelo estético de perfeição vigente em nossos dias. Exemplos:

Figura 1- prints de procedimentos estéticos de famosos.



Fonte: https://thiesenodontologia.com.br/harmonizacao-facial-de-famosos.
Acesso em: 29/04/24

Explorando os conceitos desses pensadores, destacamos a padronização como um componente essencial ao tecido social, representando ideais específicos que atraem e envolvem aqueles que desejam participar desse paradigma. A padronização, nesse contexto, não é apenas uma questão estética, mas uma manifestação palpável das dinâmicas sociais e mercadológicas que moldam a produção e consumo cultural.

Para Douglas (2009) os bens/mercadorias e seus nomes integram um sistema de informações no qual os indivíduos necessitam participar ativamente nos serviços de marcação e nos rituais de consumo de outros para disseminar seus próprios julgamentos sobre a conformação dos objetos utilizados e celebrar diversas ocasiões. Ao considerarmos os bens como uma porta de acesso à informação, percebemos que há uma disputa em torno das oportunidades de envolvimento nesse compartilhamento de informações. Assim, o consumo é entendido como um mecanismo que envolve poder, inclusão e exclusão onde "O homem precisa de bens para comunicar-se com os outros e para entender o que se passa à sua volta." (DOUGLAS; ISHERWOOD, 2009, p.149). Porém, os bens não são usados somente com o objetivo de informação, há preocupação mais importante, a de controlá-la e de ressignificá-la.

A análise crítica vai além da superfície, considerando a lógica subjacente que permeia as interações humanas. A dinâmica do espelho, onde indivíduos buscam emular suas

celebridades, adotando uma lógica de pensamento padronizada, é analisada em conexão com fenômenos corpóreos. A aceitação ou rejeição de padrões estéticos, a busca pela saúde ou sua negligência – todos esses elementos refletem a influência da padronização na formação de identidades individuais.

> Eis aí o ideal do natural neste ramo. Ele se impõe tanto mais imperiosamente quanto mais a técnica aperfeiçoada reduz a tensão entre a obra produzida e a vida quotidiana. O paradoxo da rotina travestida de natureza pode ser notado em todas as manifestações da indústria cultural, e em muitas ele é tangível. (ADORNO, 1985.p 61)

Ao abordar a questão da padronização, destaca-se que a conformidade não é apenas uma busca por aceitação social, mas um processo de mercantilização que transforma indivíduos em produtos. Nesse contexto, nos tornamos entidades inorgânicas, moldadas segundo padrões preexistentes que são incessantemente modificados pela indústria cultural.

Figura 2- matéria no jornal Folha de Pernambuco


FOLHA de PERNAMBUCO

COMPROMISSO COM VOCÊ | 1998 • 2023

FAMOSOS

Dermatologistas comentam harmonização facial de Stenio Garcia: "Quantidades absurdas"

Volume exagerado de substâncias pode prejudicar vasos e nervos e levar a assimetrias no futuro

Por **Agência O Globo**
14/06/23 às 13H43 atualizado em 14/06/23 às 19H45

Fonte: https://www.folhape.com.br/cultura/dermatologistas-comentam-harmonizacao-facial-de-stenio-garcia/275479/>. Acesso em: 30/04/24

A lógica de que "tudo que é sólido se desmancha no ar" reflete esse processo de constante transformação, evidenciando a busca contemporânea pela padronização. A tangibilidade dessa necessidade não apenas reflete a urgência moderna de conformidade, mas também a maneira pela qual somos absorvidos por essa dinâmica, sendo, em última

análise, mercadorias moldadas pelos fluxos contínuos da indústria cultural.

> O constante revolucionar da produção, a ininterrupta perturbação de todas as relações sociais, a interminável incerteza e agitação distinguem a época burguesa de todas as épocas anteriores. Todas as relações fixas, imobilizadas, com sua aura de idéias e opiniões veneráveis, são descartadas; todas as novas relações, recém-formadas, se tornam obsoletas antes que se ossifiquem. Tudo o que é sólido desmancha no ar, tudo o que é sagrado é profanado, e os homens são finalmente forçados a enfrentar com sentidos mais sóbrios suas reais condições de vida e sua relação com outros homens, (BERMAN apud MARX, p. 92)

Berman interpreta o sistema que permite essa separação como um "Halo" em que como um símbolo primário da experiência religiosa, a experiência de algo sagrado, descreve esse caminho de transformação de algo divino para o profano e como que este profano se aproxima de uma lógica de produção industrial:

> A auréola divide a vida em sagrada e profana: cria uma aura de pavor e esplendor sagrado em torno da figura que a usa; a figura santificada é arrancada da matriz da condição humana, separada inexoravelmente das necessidades e pressões que animam os homens e mulheres que o cercam. (BERMAN. 2008)

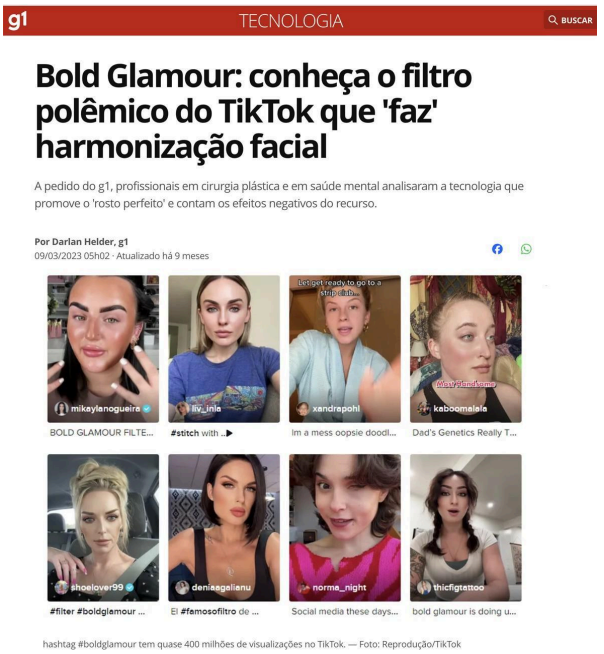
Com o advento do capitalismo, todos os valores do mundo, assim como as estruturas sociais e formas de vida, são integrados ao mercado global. Os antigos padrões de honra e dignidade não desaparecem; em vez disso, são absorvidos pelo mercado, adquirindo etiquetas de preço e ganhando uma nova existência como mercadorias. Dessa maneira, qualquer modo imaginável de conduta humana torna-se moralmente permissível no momento em que se torna economicamente viável e valioso. Nesse contexto, tudo é aceitável se trouxer benefícios econômicos significativos.

> "Tudo o que é sólido ” — das roupas sobre nossos corpos aos teares e fábricas que as tecem, aos homens e mulheres que operam as máquinas, às casas e aos bairros onde vivem os trabalhadores, às firmas e corporações que os exploram, às vilas e cidades, regiões inteiras e até mesmo as nações que as envolvem — tudo isso é feito para ser desfeito amanhã, despedaçado ou esfarrapado, pulverizado ou dissolvido, a fim de que possa ser reciclado ou substituído na semana seguinte e todo o processo possa seguir adiante, sempre adiante, talvez para sempre, sob formas cada vez mais lucrativas. (BERMAN. 2008. p. 96)

Na dualidade entre "Essência" e "Aparência", conforme abordado por Marx, a aparência encobre a relação social entre produto e trabalho, obscurecendo a essência das relações subjacentes ao processo produtivo. Este fenômeno denominado "Fetichismo da

Mercadoria", possui um viés ideológico sedutor e persuasivo. Essa ideologia se corporifica na crença de que a máquina produtiva está intrinsecamente voltada para a satisfação das necessidades humanas na sociedade do bem-estar, promovendo a noção de um futuro previsível em que a propriedade é a meta desejada. Nesse contexto, o trabalho disciplinado é considerado o gerador de riquezas, sucesso e bem-estar. Contudo, a máquina produtiva não apenas mediatiza a assimetria social, mas também impõe a disciplina do trabalho por meio dos agentes do capital, revelando a complexidade das relações entre produção, ideologia e estrutura social.

Figura 3 - Matéria no Caderno de Tecnologia do G1.



Fonte: https://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2023/03/09/bold-glamour-conheca-o-filtro-polemico-do-tiktok-que-faz-harmonizacao-facial.ghtml. Acesso em: 29/04/24.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Benjamin, em sua análise sobre a reprodutibilidade técnica na obra de arte, destaca a transformação profunda causada pelas novas técnicas de produção na esfera cultural. Ele argumenta que a reprodução em massa da obra de arte rompe com a ideia de uma autenticidade singular, ou "aura", que uma vez cercava a criação artística. Essa aura, vinculada à unicidade e à autenticidade, perde sua centralidade na modernidade, permitindo que a arte seja disseminada amplamente e acessível a todos. Para Benjamin, isso

democratiza o acesso à arte, mas também altera radicalmente a relação entre o espectador e a obra, uma vez que a experiência única de contemplar uma obra original se dilui na reprodutibilidade técnica. Contudo, ao contrastar esse pensamento com os textos de Adorno e Horkheimer, percebemos que, embora Benjamin fale da superação da aura, ela não foi completamente eliminada. A modernidade industrial, ao invés de abolir a aura, adapta-a e a reconfigura dentro dos parâmetros da produção cultural em massa. Assim, os elementos de autenticidade e unicidade da obra de arte continuam a existir, mas são reconvertidos em formas mais sutis de fetichização da mercadoria e de exploração pela indústria cultural.

A análise benjaminiana pode ser expandida ao se traçar paralelos com o pensamento de Michel Foucault, particularmente em relação à construção social do corpo. Foucault, em sua extensa obra sobre poder e disciplina, concebe o corpo como um campo de forças em constante conflito, uma arena onde diversas formas de poder e conhecimento interagem para moldá-lo. Assim como Benjamin fala da arte sendo moldada pela reprodutibilidade técnica, Foucault vê o corpo como uma construção social, sujeita a intervenções e práticas que buscam discipliná-lo e controlá-lo. Tanto a arte quanto o corpo, então, se tornam produtos de forças externas, ambos submetidos a processos de mercantilização que os privam de sua singularidade original. O corpo, assim como a obra de arte na era da reprodutibilidade técnica, deixa de ser algo orgânico e singular para se transformar em uma mercadoria manipulável, disciplinada e padronizada pela sociedade contemporânea.

Essa convergência entre Benjamin e Foucault é particularmente relevante quando analisamos a cultura de consumo e a padronização estética contemporânea. A reprodutibilidade técnica da arte, que Benjamin enxergou como um avanço, revela-se também uma armadilha: a arte passa a ser consumida de forma superficial, perdendo seu caráter crítico e transformador. Da mesma forma, o corpo na sociedade contemporânea, moldado por padrões estéticos rígidos e pelo consumismo, se torna objeto de desejo e controle, reproduzido de maneira uniforme em plataformas como o Instagram, onde a individualidade cede lugar à busca incessante por um ideal de beleza padronizado.

Benjamin desafia a concepção tradicional de progresso ao desmascarar a ilusão e ambiguidade inerentes a ele. Em sua visão, a mercantilização da vida transforma não apenas a arte, mas também o próprio desejo humano em algo manipulável, projetando imagens idealizadas e criando o que ele chama de "efeito-maravilha". Esse efeito sustenta sonhos que transcendem a realidade cotidiana, uma dimensão onírica que se sobrepõe ao real,

moldando o imaginário coletivo de maneira quase mítica. Esse "efeito-maravilha" não se limita à arte, mas também permeia a forma como o corpo é retratado e consumido socialmente. Foucault, ao conceber o corpo como um campo de forças em constante disputa, contribui para essa compreensão ao destacar como as estruturas de poder agem sobre o corpo, impondo padrões e técnicas de disciplina que o tornam um produto moldado e controlado. Na vida contemporânea, tanto o corpo quanto a arte estão imersos em uma espécie de "eterno retorno", termo retirado de Nietzsche e utilizado aqui para designar a repetição mecânica e interminável de tarefas e comportamentos na sociedade de consumo.

A busca incessante pelo novo, uma característica da modernidade, revela-se uma paródia do verdadeiro novo, pois o que se perpetua é a uniformidade, disfarçada de inovação. As redes sociais, ao promoverem incessantemente a padronização de corpos e comportamentos, exemplificam esse fenômeno. O novo paradigma do mercado, com sua obsessão por propósitos e diferenciação, acaba por reproduzir essa mesmice de maneira sistemática.

Ademais, quando olhamos para a análise conjunta desses autores, percebemos que a arte e o corpo estão intrinsecamente conectados nas suas expressões de humanidade. A arte, enquanto expressão singular, e o corpo, como um campo dinâmico de forças e manipulações sociais, oferecem perspectivas complementares sobre a condição humana. A partir dessa intersecção, é possível traçar uma crítica contundente ao processo de padronização e mercantilização que ambos sofrem na contemporaneidade. A cultura de massa, na visão de Adorno, Benjamin e Foucault, está profundamente ligada à ideia de que tanto a arte quanto o corpo são continuamente moldados e reproduzidos de maneira que favorece o consumo e o controle social.

Portanto, ao considerarmos as contribuições desses pensadores, percebemos que a arte, o corpo e a expressão da humanidade estão sendo constantemente reinterpretados e reformulados à luz das dinâmicas de poder e mercado. O estudo das conexões entre Benjamin, Foucault e outros autores nos permite entender que a padronização estética do corpo na sociedade contemporânea é um reflexo direto das forças culturais que moldam tanto a arte quanto as relações sociais. No Brasil, essa padronização estética assume particularidades que refletem a dinâmica do consumo, revelando como os padrões globais de beleza e comportamento se manifestam de maneira específica no contexto nacional. Ao explorar as teorias de Benjamin sobre a arte e a reprodutibilidade, e conectá-las à concepção

foucaultiana de corpo, podemos criar uma análise crítica e impactante sobre as forças que modelam nossa percepção estética e corporal no mundo contemporâneo.

REFERÊNCIAS

ADORNO, Theodor e HORKHEIMER, Max. **Dialética do esclarecimento**. Rio de Janeiro: Zahar, 1985.

BENJAMIN, Walter. "A obra de arte na época de sua reprodutibilidade técnica" in **Obras escolhidas**: Magia e técnica, arte e política: ensaios sobre literatura e história da cultura. São Paulo: Brasiliense, 1994.

BENJAMIN, W. "Paris, capital do século XIX", in **Passagens**/ Walter Benjamin. Organização Wilh Bolle, colaboração Olgária Chaim Féres Matos. Tradução Irene Aron. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2009.

BERMAN, Marshall. **Tudo que é sólido desmancha no ar**. São Paulo: Cia das Letras, 2008.

DOUGLAS, Mary e ISHERWOOD, Baron. **O mundo dos bens**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2009.

FOUCAULT, Michel. **O corpo utópico, as heterotopias**. São Paulo, N1, 1996.
FOUCAULT, M. **Microfísica do poder**. Rio de Janeiro: Graal. 1995.
FOUCAULT, M. **Vigiar e punir**. 35ª. ed. Rio de Janeiro: Editora Vozes, 2008.

FOUCAULT, M. **História da sexualidade**: a vontade de saber. 20ª. ed. São Paulo: Edições Graal, 2010.

MARX, Karl. "O fetichismo da mercadoria". In: MARX, Karl. **El capital**. vol. I. Cidade do México: Fondo de Cultura Económica, 1986.

MATOS, Olgária. "O sex-appel do inorgânico e a insurreição do desejo". In: MATOS, Olgária. **Benjaminianas**. São Paulo: Unesp, 2009.

MORIN, Edgar. **Cultura de massas no século XX**. Volume 1: neurose. Rio de Janeiro: Forense, 2006.

PERNIOLA, Mario. **O sex appeal do inorgânico**. São Paulo: Studio Nobel, 2005.

A(s) autor(as) são responsáveis pela fidedignidade dos dados apresentados.



GT2

INTERFACES DA INFORMAÇÃO

ESTUDO TENSIONAL ENTRE COMUNICAÇÃO E INFORMAÇÃO: UMA PERSPECTIVA PARA A INTERDISCIPLINARIDADE

Larissa Andrade Batista Cavalcanti[1]
Andréa Pereira dos Santos[2]

RESUMO

O presente artigo busca compreender a relação entre comunicação e informação, sob a perspectiva da epistemologia da comunicação, destacando a importância desse diálogo entre as áreas para o entendimento dos processos de mediação da informação. A pesquisa parte de uma abordagem interdisciplinar, que visa compreender como esses conceitos se entrelaçam e contribuem para o desenvolvimento do campo da Ciência da Informação (CI) e da Comunicação. Ao investigar tal interdisciplinaridade, o estudo busca elucidar as tensões e complementaridades presentes na interação entre elas.

Palavras-chave: Comunicação – conceito; Informação – conceito; Interdisciplinaridade.

TENSIONAL STUDY BETWEEN COMMUNICATION AND INFORMATION: A PERSPECTIVE ON INTERDISCIPLINARITY

ABSTRACT

This article aims to understand the relationship between communication and information from the perspective of communication epistemology, highlighting the importance of dialogue between these fields for understanding information mediation processes. The research adopts an interdisciplinary approach, seeking to understand how these concepts intertwine and contribute to the development of the fields of Information Science (IS) and Communication. By investigating this interdisciplinarity, the study aims to elucidate the tensions and complementarities present in their interaction.

Keywords: Communication – concept; Information – concept; Interdisciplinarity.

CONTEXTUALIZANDO

Para compreender a lógica deste estudo, faz-se necessário trazer a Competência em informação como tema central da pesquisa que vem sendo realizada pela autora em seu doutorado. Portanto, o desenvolvimento da temática denota a necessidade de debruçar-se sobre a percepção do processo comunicacional na mediação da informação.

Neste sentido, é fundamental que haja um olhar atento às duas grandes áreas dos saberes, a Comunicação e a Informação, buscando entender as minúcias entre essa relação, que por muitos autores é considerada como interdisciplinaridade.

[1] Mestre em Comunicação, PPGCOM/UFG, larissa.ufg@gmail.com. Bolsista CAPES.
[2] Pós-Doutora em Ciência da Informação, ECI/UFMG, andreabbiblio@ufg.br. Bolsista CNPq

Para se chegar ao cerne da pesquisa da tese proposto pela autora, é preciso em um primeiro momento, compreender o porquê de caminhar entre a Ciência da Comunicação e a Ciência da Informação (CI).

Sob o prisma da interdisciplinaridade, Maricato e Reis (2018) percebem que as relações entre Comunicação e Informação foram estabelecidas ao longo do tempo e de modo mais significativo, por meio das mídias como instrumento de reprodução da informação. Os autores citam Stumpf e Weber (2003, p. 122), para evidenciar que a "informação só existe quando comunicada e a comunicação não existe sem a informação". Evidencia-se que há, de fato, uma relação simbiótica entre comunicação e informação, pois a informação registrada terá o objetivo de ser comunicada.

A Ciência da Informação nasce no bojo da revolução científica e técnica, no período pós-Segunda Guerra Mundial. Nesse contexto, houve um conjunto de esforços para enfrentar os desafios da explosão informacional e buscar formas de organizar e tornar acessível o vasto registro de conhecimento disponível.

A abordagem interdisciplinar da CI engloba diversos campos do conhecimento que colaboram entre si, unindo elementos que promovem a compreensão da complexidade da informação. A adoção de perspectivas de disciplinas diversas, como Biblioteconomia, Ciência da Computação e Comunicação, bem como a percepção de diferentes definições, modelos e procedimentos adotados nesse domínio epistemológico, funcionaram para a emergência de um processo de integração disciplinar, tem o objetivo de aprimorar a forma como se lida com a informação, garantindo sua efetiva organização e disponibilização para o benefício da sociedade como um todo (Silva; Souza, 2016).

À vista disso, a interdisciplinaridade na CI é considerada um de seus fundamentos epistemológicos, com base na multiplicidade de seus aspectos históricos e teóricos, a partir de três variáveis que se entrelaçam, a saber, a complexidade do objeto informacional, a formação plural de seus pesquisadores e a consequente convergência disciplinar com disciplinas que fazem interface com a área (Silva; Souza, 2016).

É válido ressaltar que essa conexão proposta entre as disciplinas não pode ser pensada como mera troca de aspectos teóricos ou práticos, mas sim como um diálogo enriquecedor que gere diferentes abordagens e práticas para determinado objeto, como Morin (2003) reforça, deve-se ter em mente que não é o caso da supressão de disciplinas, mas sim suas articulações, ligações. É dar-lhes vitalidade e fecundidade. E é isso que se

busca neste trabalho, contemplar esses encontros dos saberes para dar sentido comunicacional para a o futuro estudo sobre a Competência em informação.

Borko em 1968, definiu a CI como uma disciplina que investiga as propriedades e o comportamento da informação, as forças governam seu fluxo e os meios de processamento para otimizar sua acessibilidade e utilização. Nota-se que essa ciência também se apoia na comunicação, uma vez que se preocupa com o processo de transmissão da informação, reforçando assim que a informação não é um objeto exclusivo da CI.

Na premissa comunicacional, seus estudos de teorizações datam do começo do século XX, a partir do surgimento e popularização dos meios de comunicação de massa. A disciplina Comunicação alicerça-se no sentido da comunicação além do informar, de acordo com Temer e Nery (2009), a informação é matéria-prima da comunicação, mas a mesma apresenta-se de forma independente, sendo possível adentrar em vários outros aspectos da construção social. Nesse constructo, as autoras complementam que o processo comunicacional vai acontecer quando o receptor interpretar a informação.

A questão interdisciplinar também é muito discutida na área da Comunicação, principalmente em sua linha epistemológica, devido sua amplitude dialógica com diversas áreas que se alicerçam no fenômeno comunicacional, o que para alguns estudiosos, como Signates (2022), pode gerar uma fragilidade teórica pela profusão conceitual. O autor aponta que a diversidade teórica pode, sim, contribuir para o avanço interpretativo no sentido de um olhar múltiplo e bastante rico para a comunicação, todavia é preciso um estar atento a dois problemas que podem ser criados: a exogenia e a dispersão.

O trabalho de Signates (2022) é endossado por Braga (2011) ao afirmar que o problema não está na pluralidade dos campos de estudo, mas sim na dispersão que decorre pela falta de tensionamento mútuo das áreas que se estabelecem na interdisciplinaridade, é preciso nesse sentido desafiar as interpretações concorrentes para que de fato haja uma flexão cruzada.

Uma das premissas deste estudo é justamente se contrapor a essa dissipação teórica em ambas as áreas, e demonstrar que os conceitos se enriquecem mutuamente e podem contribuir com a prática infocomunicacional da Competência em informação.

É nesse sentido, que propõe-se repensar a concepção de Targino (1995, p.13) ao afirmar que “[...] em qualquer circunstância, a informação atua como instrumento

propulsor do desenvolvimento dos vários ramos do conhecimento humano, das nações e povos". Seria essa uma questão de exogenia? A comunicação e informação não seriam áreas complementares? Como indissociar comunicação de informação? Ou seria uma conexão episódica?

Interessante como no mesmo estudo a autora enfatiza o papel da interdisciplinaridade como fundamental no avanço das ciências, uma vez subentende que o conhecimento científico gera transformações e avanço de teoria que ressalta o caráter evolutivo das ciências e seu estado de permanente "ebulição " (Targino,1995). O que evidencia a necessidade do debate epistemológico entre comunicação e informação para investigar as divergências e convergências entre os conceitos.

No contexto da disciplina de doutorado em Comunicação, a abordagem epistemológica desses dois campos de estudo torna-se substancial para compreensão da profunda e complexa relação entre comunicação e informação. Isto posto, se propõe uma análise conceitual de ambos que vise oferecer uma reflexão sobre como esses conceitos divergem e/ou convergem de forma tensional para que possa se propor o que há de comunicacional na informação.

O objetivo geral do estudo prima por analisar a conexão entre a área da Comunicação e da Informação, a fim compreender o objeto comunicacional da informação. Enquanto que os objetivos específicos foram delineados para a) fazer um levantamento conceitual de comunicação, b) compreender os principais conceitos e entendimentos da informação pelo viés da Ciência da Informação e c) verificar as divergências e convergências entre comunicação e informação.

Justifica-se por investigar a interdisciplinaridade entre as áreas da Comunicação e Informação como primeiro passo para a percepção do objeto de pesquisa desenvolvido sobre Competência em informação. Espera-se dessa forma, promover uma reflexão inicial e significativa sobre o papel da comunicação na disseminação da informação para a construção de uma sociedade crítica, que fundamenta a premissa de uma sociedade competente em informação. Dessa forma, o trabalho está dividido em tópicos que descrevem o percurso metodológico da pesquisa, a conceituação de comunicação e informação, bem como a reflexão tensional entre ambos os conceitos.

PERCURSO METODOLÓGICO

Essa é uma pesquisa de abordagem qualitativa, pois considera a interpretação do fenômeno e a atribuição de significados, além de ser der descritiva e não contar com o uso de métodos e técnicas estatísticas (Silva; Menezes, 2001).

O artigo foi realizado por meio de pesquisa bibliográfica "desenvolvida com base em material já elaborado, constituído principalmente de livros e artigos científicos" (Gil, 2002, p.44), isso permitiu a consolidação do referencial teórico, que serviu de base para a compreensão dos objetos e sua análise ao trazer conceitos e autores importantes para a temática, entre eles Capurro (2014), Le Coadic (2004) Signates (2022) e Marcondes Filho (2010).

Do ponto de vista dos objetivos, esses podem ser classificados como descritivos, pois caracterizam os objetos de estudo e ainda pretendem descobrir a existência de relação entre eles (Gonsalves, 2007). A análise será realizada a partir considerações sobre os aspectos relevantes encontrados na revisão de literatura.

O próximo tópico dará início ao levantamento conceitual proposto, a começar pela comunicação.

AFINAL, O QUE É COMUNICAÇÃO?

A tentativa de conceituar o termo "comunicação" não é tarefa fácil, uma vez que lida com a dispersão de ideias sobre os tipos, os meios, os contextos e a finalidade proposta. Tal qual a definição de informação, a comunicação visita múltiplas áreas dos saberes que se apropriam do processo comunicativo para explicar a troca da informação e produção de sentidos em seu contexto particular.

Martino (2011) quando entra no "problema" da definição da comunicação, destaca que não se trata de achar a verdade ou eleger um único sentido em detrimento do outro, mas sim de colocar-se de acordo ao interesse de estudo. Ou seja, trata-se de olhar o processo comunicativo sob diversas direções.

Sob esse ponto de vista, não se pretende esgotar todas as definições presentes na literatura, mas sim fazer compreender a essência do processo comunicativo como meio para a disseminação da informação. Para tanto, buscou-se apoio em Temer e Nery (2009) e Martino (2011).

A origem da palavra “comunicação” vem do latim, *comunicare,* cujo significado está em tornar comum, partilhar, repartir, trocar opiniões, conferenciar, associar, entre outros (Rabaça, Barbosa, 1987). Temer e Nery (2009) explicam que o contexto inicial de sua utilização está envolto do cristianismo antigo, no cotidiano dos mosteiros e conventos onde era comum a prática do silêncio. Para romper esse isolamento, existia a prática do *communicatio,* jantares comunitários onde havia a troca de informação sobre as tarefas desenvolvidas durante o dia.

Esse marco significativo estabelece a oralidade como comunicação, mas com o passar do tempo, as novas percepções sociais inserem outros aspectos a serem observados, tais como o meio, a mensagem, o emissor, receptor, o sentido, etc. O dicionário Michaelis (2023), nessa lógica, conceitua comunicação como:

> Ato que envolve a **transmissão** e a recepção de mensagens entre o transmissor e o receptor, através da linguagem oral, escrita ou gestual, por meio de sistemas convencionados de signos e símbolos (Dicionário Michaelis, 2023, grifo nosso).

Martino (2011) também faz um levantamento de conceitos com base em dicionários e dentre os citados pelo autor, destaca-se a comunicação definida como sendo:

> - **Transmissão** de signos através de um código (natural ou convencional),
> - Capacidade ou **processo de troca** de pensamentos, sentimentos, ideias ou **informações**, através da fala, gestos imagens, seja de forma direta ou por meios técnicos;
> - A mensagem, **informação** (a coisa que comunica: anúncio, novidade, informação, aviso) (Martino,2011, grifo nosso).

Analisando os conceitos supracitados, é notório a constância do sentido de transmissão que a comunicação proporciona, seja ela de mensagem, informação, sentimento. Além disso, há na maioria dos casos, a variação do suporte, fazendo dela escrita, oral, gestual, digital. A comunicação tem um lugar comum no ato da transmissão e isso garante não só a troca de informação, mas no contexto da CI, por exemplo, garante o ciclo informacional.

Retomando ao estudo de Temer e Nery (2009), tem-se a definição de Fiske (1990), na qual a comunicação é interação social por meio de mensagem em qualquer uso de linguagem, reafirmando a necessidade de interação, troca e informação. Destaca-se que

diferente das outras trocas, no sentido material, a comunicação lida com a troca de ideias, de informação.

Por último, em seu conceito estrutural, o termo também remete ao processo de transmissão e recuperação de informação e nesse enredo, a informação é protagonista, “é matéria prima” da comunicação. Visto a variedade conceitual, faz-se necessário a ponderação de alguns pontos trabalhados até aqui, a saber: embora haja reciprocidade entre informação e comunicação, eles são interdependentes, quando há interpretação da informação pelo receptor, há o processo comunicacional e os conceitos em sua maioria, envolvem a dimensão da socialização.

Identificada a essência da comunicação diante pluralidade conceitual existente, o estudo seguirá por definir a “informação” para que dessa forma o objetivo da pesquisa seja alcançado.

O CONCEITO CAMALEÔNICO DE INFORMAÇÃO

Estudar os conceitos postulados para informação, envolve explorar e analisar a história e as bases teóricas subjacentes da Ciência da Informação, a fim de compreender o amadurecimento científico do conceito, pois como Morin menciona (2003), a noção de informação é camaleônica.

Na busca para entender como a concepção do termo tem sido delineada e expandida ao longo dos anos, adentra-se em uma jornada multifacetada, influenciada pelas mudanças culturais, filosóficas e tecnológicas da sociedade, em que a percepção dos conceitos de informação em suas várias formas de representação semântica, acaba por estabelecer nuances que favorecem a tendência do diálogo interdisciplinar da CI.

Nessa premissa teórica, os estudos epistemológicos da informação, como o de Rafael Capurro e Birger Hjorland (2007) e sua continuidade, com os escritos de Capurro em 2014, serão os faróis para o entendimento conceitual proposto.

A palavra informação tem suas raízes no latim, *informatio*, que por sua vez deriva do verbo *informare*, significando "dar forma a", "formar", "dar uma ideia”. Nota-se que inicialmente, o termo estava mais associado à ideia de dar forma ou moldar algo em sua materialidade, contudo foi-se perdendo esse sentido ontológico à medida em que a filosofia escolástica foi entrando em declínio, ao passo que a modernidade trazia a ciência empírica.

Capurro e Hjorland (2007) trazem a explicação de Peters (1988) para afirmar que com o fim das instituições medievais nos séculos XVII e XVIII, embora a noção de informação como atividade ou processo de dotar alguma entidade material permaneceu inalterada, porém a modernidade derrubou a noção de que o universo era ordenado por formas, fazendo com que o contexto do *informare* transitasse da matéria para a mente e esse ambas as mudanças foram responsáveis por inaugurar uma importante inversão no significado de informação.

Essa mudança não designa apenas a temporalidade, mas o uso do conceito que deixa seu contexto objetivo para o sentido subjetivo moderno que inaugura sua tendência comunicacional. O empirismo reforçado pelos pensamentos de Descartes, apresenta a informação relacionada a atividade humana de percepção e conhecimento do mundo e com isso reformula o conceito epistemológico da informação como ato de comunicar um conhecimento para alguém (Capurro, 2014).

É, então, na modernidade que a informação assume seu protagonismo social. O termo continua ligado à sua etimologia, porém o conceito adentra a epistemologia comunicacional e da CI e isso fica nítido quando a Teoria Matemática da Comunicação – TMC (1948), de Claude E. Shannon é vista como a certidão de nascimento da CI e sob o olhar da TMC, o conceito de informação deixou de ser um conceito abstrato para ser quantificável.

A Sociedade da Informação designada no período pós-guerra, traz não só uma nova perspectiva social, mas a noção de que as tecnologias modificam a interação com a informação, a comunicação e o conhecimento. A Teoria Matemática, pensa a informação como mensagem trocada entre emissor e receptor, num sistema lógico e tecnológico de transmissão. Por isso o conceito quantificável, acima mencionado, uma vez que para Shannon, não importava o conteúdo, mas sim o volume de transmissão de mensagens, o fluxo informacional.

O surgimento da Ciência da Informação trouxe novas possibilidades para se pensar a informação, dando espaço às pesquisas interdisciplinares sobre o significado e uso da informação. A Teoria Matemática foi um marco, porém precisou ser revista para que o conceito pudesse avançar e de fato traduzir o papel da informação para a sociedade. Nessa conjuntura, pesquisador da nova área se debruçaram em novas interpretações que definissem a representação da informação no mundo moderno.

Os estudos de Silva e Gomes (2015) complementam a linha conceitual sob o prisma da CI, apresentando as definições dos principais autores da área. A trajetória começa Jesse Shera, em 1971, quase trinta anos depois da TMC, definindo a informação baseada na operação tecnológica do conteúdo transmitido sob o contexto social e cultural, embora se pense em conteúdo e no contexto social e cultural, esse conceito ainda reflete o tecnicismo da TMC.

Em 1980, Bertram Brookes pensa a informação como elemento que promove transformações nas estruturas subjetivas e objetivas do indivíduo, abrindo portas assim, para o caráter transformador da informação. Tefko Saracevic e Judith Wood, em 1986, volta-se para ideia de mensagem, dado e pressuposto para a tomada de decisões.

Já em 1989, sob o olhar da biblioteconomia, o Harrold's Librarian's Glossary a define como um conjunto de dados registrados e suscetível de ser comunicado. Percebe-se aqui o que há uma tendência comunicacional na área da biblioteconomia. Yves-François Le Coadic, famoso por seu livro "A Ciência da Informação", traz em 1996, um olhar amplo para a para a comunicação da informação, concebendo-a como um conhecimento inscrito sob a forma escrita, de forma oral ou audiovisual.

O Dictionnaire encyclopédique de l'information et documentation, dá continuidade ao pensamento de Le Coadic, e em 2001 a conceitua como registro de conhecimentos para sua transmissão. Aldo Barreto, em 2002, alinhado ao pressuposto atual, de informação que gera conhecimento, define como estruturas simbolicamente significantes com a competência e a intenção de gerar conhecimento no indivíduo, em seu grupo e na sociedade. E por fim, em 2008, Bernd Frohmann define a informação como materialização da investigação por meios institucionais e tecnológicos.

Isto posto, pode-se compreender que o de fato, o conceito de informação é camaleônico, e não se pode pensá-lo isoladamente. Ele está intrínseco a outros conceitos, percepções dos autores sobre determinada área e contexto, e isso é principalmente pela repetição de termos como: conhecimento, documento, comunicação, dado, mensagem, estrutura e texto. Há nesse sentido a consolidação da pluralidade disciplinar da área da CI.

O QUE HÁ DE COMUNICACIONAL NA INFORMAÇÃO?

Ao longo da conceituação dos termos, foi possível observar algumas convergências

entre informação e comunicação, principalmente pela percepção de que a informação precisa ser comunicada para que cumpra o seu ciclo processual de: construção ☾ comunicação ☾ uso, que se sucedem e se alimentam reciprocamente.

Do ponto de vista da Ciência da Informação, o ciclo da informação modela a comunicação da informação de modo oposto ao proposto pela Teoria Matemática. Le Coadic (2004,) explica que o modelo linear advindo da teoria, além de fazer da comunicação uma relação bilateral, não cumpre com a requisito social da difusão da informação. Ainda de acordo com o autor (2004, p.11), "é lamentável" pensar a informação como sinais elétricos, pois a comunicação humana não pode ser medida por tal, existem símbolos, signos e não pode ser vista apenas em sentido unilateral.

Para Le Coadic (2004, p.11), a comunicação "é um processo intermediário que permite a troca de informação entre as pessoas" e ela rompe justamente com a ideia gênese da CI, voltado apenas para o aspecto tecnológico, lógico e matemático da informação. Então, hoje tem-se uma ciência que se preocupa com o todo do processo comunicacional, que incorpora os aspectos significativos da comunicação, sejam eles a mensagem que é dotada de informação, a troca, os meios e os suportes.

Nessa assimilação de sentido, de comunicação humana apontada por Le Coadic, Ciro Marcondes Filho (2010) completa que a percepção é algo subordinado à relação do indivíduo com as coisas e por isso "o sinal" transmitido só é transformado em informação quando lhe é dada a devida atenção ou curiosidade, refutando mais uma vez a teorização simplista da comunicação linear.

Marcondes Filho (2010) vai mais adiante ao afirmar que só há comunicação quando a informação é entendida pelo indivíduo. Isso confirma a colocação feita anteriormente no tópico 2 "quando há interpretação da informação pelo receptor, há o processo comunicacional". Ainda nessa relação simbiótica, o autor acerta ao rejeitar a ideia de Nilkas Luhmann (2016) sobre a informação ser construída na comunicação, pois isso é um fator divergente tanto pelo olhar comunicacional da informação, quanto da própria comunicação. Temer e Nery (2009) afirmam que a informação é matéria prima da comunicação, do mesmo modo, Le Coadic (2004) fala em informação que existe quando comunicada.

Em termos conceituais, nota-se que a partir dos anos 80, há uma tendência de informação social, que compreende a comunicação como meio de plural de disseminação,

e que vai ao encontro do pensamento das teorias atuais de comunicação, principalmente pela escola latino-americana. Dessa forma, confirma-se que as áreas convergem para um bem comum, de transmissão de informação como conhecimento, estabelecendo a indissociabilidade mútua como o especificamente comunicacional da informação.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A proposta da pesquisa constituiu-se em estudar a interdisciplinaridade entre as áreas da Comunicação e Informação a partir de uma revisão conceitual de ambos os termos, a fim de verificar divergências e convergências que pudessem elucidar o que há de comunicacional da informação.

Com a delimitação do objetivo geral e específicos, foi possível cumprir o proposto, além de ampliar o conhecimento sobre a epistemologia das áreas. A Comunicação como ciência e a informação alicerçada na Ciência da Informação, desde suas concepções debatem o papel e contribuição de cada uma em sua trajetória. Essa dicotomia comunicação e informação vem sendo discutida principalmente pós 2ª GM, onde a explosão informacional e a inovação tecnológica abriram portas para novos comportamentos sociais. A influências dos meios de comunicação na propagação da informação é algo indissociável e com o passar dos anos, vem se fortalecendo cada vez mais.

Inicialmente, na contextualização do estudo, indagou-se se a interdisciplinaridade nesse caso seria exogenia ou dispersão, se não seria essa uma conexão episódica e nesse caminhar, pode-se compreender que essas são áreas simbióticas, indissociáveis que precisam apenas valorizar o peso que cada uma detém na transformação para uma sociedade crítica. Não há como questionar a importância e o papel de cada uma na Sociedade da informação.

Por fim, o artigo, como foi mencionado, parte de um estudo inicial para a elaboração da tese da autora sobre a Competência em informação e acredita-se que tenha sido válido a imersão nesses dois mundos para que em um segundo momento seja possível fazer um diálogo mais direcionado a função do processo comunicativo no desenvolvimento das competências e habilidades informacionais dos indivíduos.

REFERÊNCIAS

BRAGA, José L. **Dispositivos interacionais**. XX Compós, GT Epistemologias da Comunicação, 2011.

BORKO, H. I**nformation science:** what is it? American Documentation, 1968.

CAPURRO, R. Pasado, presente y futuro de la noción de información. **Logeion**: Filosofia da Informação, Rio de Janeiro, RJ, v. 1, n. 1, p. 110–136, 2014. DOI: 10.21728/logeion.2014v1n1.p110-136. Disponível em: https://revista.ibict.br/fiinf/article/view/1494. Acesso em: 6 ago. 2023.

CAPURRO, R.; HJORLAND, B.. O conceito de informação. **Perspectivas em Ciência da Informação**, v. 12, n. 1, p. 148–207, jan. 2007. Disponível em: https://www.scielo.br/j/pci/a/j7936SHkZJkpHGH5ZNYQXnC/#ModalHowcite. Acesso em: 6 ago. 2023.

COMUNICAÇÃO. *In*: **MICHAELIS**, Dicionário de Português. [São Paulo]: Editora Melhoramentos, 2023. Disponível em: https://michaelis.uol.com.br/busca?r=0&f=0&t=0&palavra=comunicação. Acesso em: 22 jul. 2023.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2002. 175 p.

GONÇALVES, E. P. **Conversas sobre iniciação à pesquisa científica**. Campinas, SP: Alínea, 2007. 96p.

LE COADIC, Yves-François. **A ciência da informação**. 2 ed. Brasília: Briquet de Lemos, 2004. 124 p.

LUHMANN, Niklas. **Sistemas sociais**: esboço de uma teoria geral. Petrópolis: Vozes, 2016.

MARCONDES FILHO, Ciro. **O princípio da razão durante**: o conceito de comunicação e a epistemologia metapórica. São Paulo: Paulus, 2010.

MARTINO, Luiz C. De qual comunicação estamos falando? *In*: HOHLFELDT, Antonio; MARTINO, Luiz C.; FRANÇA, Vera Veiga. (Org.). **Teorias da comunicação:** conceitos, escolas e tendências. 11 ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2011. p. 11-25.

MORIN, E. **Método**. Porto Alegre: Sulina, 2003.

REIS, F.; MARICATO, J. M. Produção científica de pesquisadores vinculados a faculdades de comunicação e ciência da informação e as relações interdisciplinares entre os campos. **Informação & Sociedade**: Estudos, v. 28, n. 2, 2018. DOI: 10.22478/ufpb.1809-4783.2018v28n2.38660 Acesso em: 27 jul. 2023.

RABAÇA, C.A.; BARBOSA, G.G. **Dicionário de comunicação**. São Paulo: Ed. Ática, 1987.

SIGNATES, Luiz. Por uma metateoria das tensões comunicacionais: fundamentos para um objeto metateórico na ciência da comunicação. *In:* Encontro Anual da COMPÓS, 31º Encontro Anual da COMPÓS, 2022, Imperatriz-MA. **Anais** [...]. Imperatriz-MA: Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, jun./2022. p. 1-21.

SILVA, E.; MENEZES, E. **Metodologia da pesquisa e elaboração de dissertaçã**o. 3. ed. Florianópolis: Laboratório de Ensino A Distância da Ufsc, 2001. 121 p. Disponível em: http://cursos.unipampa.edu.br/cursos/ppgcb/files/2011/03/Metodologia-da-Pesquisa-3a- edicao.pdf. Acesso em: 04 ago. 2023.

SILVA, J. C.; GOMES, H. F. Conceitos de informação na Ciência da Informação: percepções analíticas, proposições e categorizações. **Informação & Sociedade**: Estudos, [S. l.], v. 25,n. 1, p. 157, 2015. Disponível em: https://brapci.inf.br/v/93211. Acesso em: 6 ago. 2023.

SILVA, Zayr Claudio Gomes da; SOUZA, Edivanio Duarte. A produção interdisciplinar na ciência da informação: fundamentos teórico-metodológicos da arquitetura da informação. *In:* XVII Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação, 2016, Salvador-BA. **Anais** [...]. Bahia: XVII ENANCIB, 2016. p. 1-21. Disponível em: http://www.ufpb.br/evento/index.php/enancib2016/enancib2016/paper/viewFile/3607/2449. Acesso em: 4 ago. 2023.

TARGINO, Maria das Graças. A interdisciplinaridade da ciência da informação como área de pesquisa. **Informação & Sociedade: Estudos**, *[S. l.]*, v. 5, n. 1, 1995. Disponível em: https://periodicos.ufpb.br/ojs2/index.php/ies/article/view/196. Acesso em: 7 ago. 2023.

TEMER, A.C.; NERY, V.C. **Para entender as Teorias da Comunicação**. Uberlândia: EDUFU, 2009.

As autoras são responsáveis pela fidedignidade dos dados apresentados.

CENÁRIOS E TENDÊNCIAS DO JORNALISMO EM FUNÇÃO DO PÚBLICO E AUTOMAÇÃO

Zanei Ramos Barcellos[1]
Paulo Almeida[2]

RESUMO

O artigo analisa a algoritmização da produção e distribuição de notícias e levanta tendências para o jornalismo, considerando os hábitos do público em relação às notícias. Metodologicamente, cruza base teórica com pesquisas sobre tendências do jornalismo em função das evoluções tecnológicas e sobre o consumo de notícias pelos jovens. Os resultados mostram necessidade de incrementar a automação da produção, adotar formatos multimídia e reverter a dependência da distribuição algoritimizada.

Palavras-chave: Jornalismo; Tendências; Algoritmos; Público; Automação.

JOURNALISM SCENARIOS AND TRENDS BASED ON PUBLIC AND AUTOMATION

ABSTRACT

This article analyzes news production and distribution algorithmization and identifies trends in journalism, considering the public's habits regarding news. Methodologically, it combines theoretical basis with research on journalism trends in light of technological developments and news consumption by young people. The results show the need to increase automation production, adopt multimedia formats and reverse the dependence on algorithmic distribution.

Keywords: Journalism; Trends; Algorithms; Public; Automation.

INTRODUÇÃO

As incessantes evoluções tecnológicas possibilitam a produção de uma imensa quantidade de dados e sua armazenagem em grandes arquivos. Estes bancos de dados servem de insumos para o desenvolvimento de sistemas de inteligência artificial (IA) cada vez mais eficientes. Neste contexto, o jornalismo é uma das atividades fortemente impactadas pela IA. Entre inúmeros outros usos, os jornais se valem dos sistemas de IA inerentes aos motores de busca e às redes sociais para a distribuição algoritmizada de notícias, fragmentadas em múltiplos formatos harmônicos às características específicas de cada plataforma digital onde são publicadas. Assim, a imprensa pode entregar notícias em

[1] Pós-doutor em Inteligência Artificial e Jornalismo, Universidade de Brasília (UnB), zanei.barcellos@gmail.com
[2] Doutor em Comunicação, Universidade de Brasília (UnB), paulo.almeida@fac.unb

harmonia aos desejos e características do público, aos seus aparelhos receptores e no momento mais adequado.

Porém, a distribuição algoritmizada de notícias oferece riscos ao jornalismo. O processo está condicionado ao funcionamento dos sistemas de IA e algoritmos inerentes às redes sociais e aos motores de buscas, cuja produção hegemônica concentra-se nos grandes conglomerados de tecnologia, as *big techs*, como Google, Amazon, Meta, Microsoft e Apple. As gigantes tecnológicas não revelam totalmente a ação dos seus algoritmos, cuja finalidade principal é comercial, e muitas vezes conflitiva com os preceitos éticos e deontológicos do jornalismo.

Por outro lado, os veículos jornalísticos investem no desenvolvimento de sistemas inteligentes próprios ou na sua aquisição de terceiros para a automação de processos, como apuração de notícias, produção de conteúdos e interação com os receptores. Neste sentido, não raro, aliam-se às próprias *big techs* em busca da automação de processos.

Estrategicamente, as empresas jornalísticas precisam conhecer, conquistar e fidelizar um público diverso e complexo, formado principalmente pelos atuais adolescentes e jovens adultos abaixo dos 30 anos de idade. Este público, cada vez mais distante da mídia tradicional, será responsável pela sobrevivência ou não dos negócios jornalísticos nos próximos anos.

Este trabalho parte da hipótese que as tecnologias determinam formatos de narrativas, processos de produção e distribuição de conteúdos jornalísticos, e implicam na relação do público com as notícias. A pergunta guia da pesquisa é: “quais as tendências do jornalismo digital na atualidade?”. O objetivo do artigo, por sua vez, é analisar o jornalismo digital contemporâneo e apontar tendências para a atividade no curto prazo em função da crescente automação e hábitos do público em relação às notícias.

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Trata-se de pesquisa documental e bibliográfica com análises qualiquantitativas. Para o suporte teórico, levantou-se bibliografia, principalmente internacional, sobre as implicações das tecnologias no jornalismo, centradas nos temas plataformização do jornalismo, e implicações dos usos dos algoritmos e sistemas de inteligência artificial na produção e distribuição de notícias, principalmente ancoradas em Diakopoulos (2019), Marconi (2020) e Newman (2023 e 2024). Recorreu-se a pesquisas internacionais recentes sobre o

posicionamento de jornais em relação ao uso das tecnologias no presente e em curto prazo, para obter dados brutos, e a análises sobre estas pesquisas para favorecer o seu entendimento e contextualização. Da mesma forma, o trabalho valeu-se de pesquisas sobre as preferências e posicionamentos do público jovem em relação às notícias (preferências por meios, formatos e tipos de conteúdos jornalísticos). Por meio de análises qualiquantitativas, os autores procuraram cruzar o embasamento teórico com os dados e informações retiradas das pesquisas e das análises sobre elas para, por meio de análises próprias, traçar um panorama das tendências de curto prazo para os jornais em função das tecnologias e do público.

AUTOMAÇÃO E PLATAFORMIZAÇÃO

Para Van Dijck, Poell e De Wall (2018), a sociedade passa por um processo de plataformização no qual os artefatos sociotécnicos aos poucos se infiltram, mesclam suas ações com práticas sociais e instituições, dinâmica que resulta em mútuas interações e adaptações. Destarte, conforme Jurno (2020), o processo de plataformização do jornalismo ocorre quando estes artefatos servem como infraestrutura para a produção de notícias, influenciando e moldando a prática e produção jornalísticas.

Neste novo modelo de negócios, a imprensa precisa de jornalistas especializados em ajustar e adaptar seus conteúdos e processos de produção às características e lógicas de cada uma das plataformas para viabilizá-las como suportes de notícias (Marconi, 2020). Nesta dinâmica, surgem aplicativos prontos para serem usados e armazenagem automática, em geral, gratuitos, com marcação algorítmica de audiência e grande circulação entre os atores de cada plataforma. Neste contexto, as plataformas digitais podem associar-se às analógicas, ao mesmo tempo que abrem espaço a veículos nato digitais (Bivens, 2008) independentes ou associados a conglomerados comunicacionais.

O jornalismo multiplataformizado assume protagonismo na difusão de notícias fragmentadas produzidas com auxílio da IA e distribuídas algoritmicamente na rede mundial de computadores. O fenômeno ocorre simultânea e imbricadamente à cultura da mobilidade, facilitado pela difusão dos *smartphones* e associado à convergência jornalística (Westlund, 2013), que não diferencia mais as mídias tradicionais, mas as congrega em narrativas multimidiáticas. Os efeitos destas mudanças são mais interações entre jornalistas e públicos (Holton, Lewis e Coddington, 2016), produção híbrida de notícias por humanos e

inteligências artificiais (Diakopoulus, 2019; Marconi, 2020), fragmentação, personalização e desritualização do consumo de notícias (Bucher, 2012; Latzer, 2016), novas rotinas de produção e reconfigurações das redações (Robinson, 2011), emersão de valores na seleção das notícias e reflexões éticas sobre a profissão (Deuze e Yeshua, 2001).

A difusão das notícias digitalizadas e sua distribuição social facilitam que os consumidores transitem facilmente entre diferentes mídias e plataformas (Marconi, 2020) e sejam alcançados passivamente por conteúdos do seu interesse movidos pela IA. A inteligência artificial, portanto, otimiza a atenção do público para as notícias (Diakopoulos, 2019).

Cada rede social usada como plataforma jornalística tem seus próprios sistemas de IA, que podem harmonizar-se ou medir forças com inteligências artificiais desenvolvidas por outras *big techs* no direcionamento das notícias pelo ciberespaço, conforme anteviu Gibson, na década de 1980 (Gibson, 1984). Essa disputa, quando observada pelo viés jornalístico, resulta no sistema vencedor entregando a notícia ao receptor ideal de forma personalizada: para aquele que tem tempo de consumi-la inteira, ao interessado por apenas parte dela, ao que busca uma resposta específica, ou àquele para quem o conteúdo tem um significado de vida (Jornalism IA Discovery, 2023).

O surgimento de novas plataformas intensifica a plataformização do jornalismo, facilita a emergência de formatos jornalísticos inovadores e de novas maneiras de consumir notícias, uma vez que cada uma delas oferece espaços e ferramentas próprios que podem colaborar nesses sentidos (Jornalism IA Discovery, 2023).

Assim como o processo de distribuição/recepção está significativamente automatizado, também a apuração e a produção de notícias contam, cada vez mais, com sistemas de inteligência artificial (Beckett, 2019; Marconi, 2020). A automação das tarefas jornalísticas está condicionada à possibilidade de serem abstraídas, parametrizadas e decompostas de maneira que permitam aos web designers sistematizar os processos, substituindo ou complementando as atividades humanas (Diakopoulus, 2019). O futuro não está na substituição do jornalista, mas na colaboração entre jornalistas e máquinas: o jornalismo híbrido (Marconi, 2020; Diakopoulus, 2019; Newman, 2023).

O trabalho nas salas de redações fica mais complexo e demanda *workflows* próprios a cada organização, bem como equipes multidisciplinares com *background* em jornalismo, ciência da computação, webdesign, tecnologia e estratégia. Equipes multidisciplinares

aproveitam das ferramentas de IA para a diversificação de formatos, criação de *workflows* eficientes, apuração, produção de notícias e distribuição de conteúdos entre as várias plataformas (Marconi, 2020; Diakopoulus, 2019; Newman, 2023).

As equipes multidisciplinares garantem também que a programação algorítmica resulte em matérias jornalísticas harmônicas às linhas editoriais dos veículos e ajam para que assuntos de interesse cívico interfiram na formação da opinião pública (Diakopoulus, 2019). A multidisciplinaridade é, portanto, determinante na manutenção da função de *gatekeeper* da imprensa, fundamental nas sociedades democráticas, mas que vem sendo assumida indevidamente, sem critérios jornalísticos, pelas *big techs,* hegemônicas na produção dos algoritmos e sistemas de IA presentes na rede.

> (…) algoritmos podem tomar decisões e agir seletivamente sobre o que mostrar, filtrar, enfatizar ou minimizar, com base em regras ou critérios. *Feeds* de notícias como o do Facebook, apps de notícias, *widgets* e mesmo *homepages* de notícias usam algoritmos que determinam o que mostrar ou esconder. Isto assume uma função fundamental sobre o que as organizações jornalísticas fazem: decidir o que publicar ou não (Diakopoulus, 2019, p. 21. *Tradução nossa*)[3].

Portanto, conforme Marconi (2020), os algoritmos editoriais requerem algum grau de supervisão humana, o que demanda treinos constantes e aprendizado contínuo nas redações para que os veículos possam acompanhar as evoluções tecnológicas.

Para Marconi (2020), em vez de competir com as *big techs* no desenvolvimento de novas tecnologias, a imprensa precisa aprender como utilizar ferramentas de IA para fazer jornalismo economicamente sustentável. Também neste sentido, é necessário atentar às métricas relacionadas à distribuição das notícias fornecidas pelas redes, motores de busca e pelos próprios sites jornalísticos e interpretá-las coerentemente para a tomada das melhores decisões editoriais que, para Diakopoulos (2019), precisam estar alinhadas com as prioridades editoriais do veículo e com seus diferentes conteúdos. Fisher (2023), entretanto, reforça o caráter comercial da atuação algorítmica sobre os conteúdos publicados nas redes sociais e questiona a excessiva circulação de informações com apelos alheios aos valores e de ontologias jornalísticas.

[3] (...) algorithms can make decisions and take actions about what to selectively show, filter out, emphasize, or diminish, based on rules or criteria. Newsfeeds like Facebook's, news reading apps, recommendation widgets, and even news homepages make use of algorithms that dictate what to show or hide. This gets at a core function of what news organizations do: deciding what to publish or not publish.

Isto posto, a seguir procede-se um estudo baseado em três pesquisas nacionais e internacionais sobre as tendências do jornalismo contemporâneo e hábitos do público jovem em relação ao consumo de notícias. As pesquisas, como se nota, têm forte viés tecnológico, intrínseco às questões da informação na atualidade.

TENDÊNCIAS DO JORNALISMO

A pesquisa anual *Journalism, Media and Technology Trends and Predictions*, do *Reuters Institute for the Study of Journalism* e Universidade de Oxford, levantou as tendências relacionadas ao jornalismo, mídia e tecnologia para 2024 (Newman, 2024). O estudo ouviu 314 líderes editoriais, comerciais e de produtos de veículos jornalísticos de 56 países dos cinco continentes, porém, em maioria, da Europa e dos Estados Unidos. A apuração revelou que somente 47% dos entrevistados mostraram-se confiantes no mercado de notícias para 2024. Newman (2024) justifica o pessimismo pelos altos custos de produção, queda no volume de assinaturas, redução de anunciantes, e aumento nos constrangimentos e processos legais contra a imprensa. Segundo a análise dele, há um crescente desinteresse do público pelos jornais e telejornais devido às recorrentes notícias deprimentes, como as relacionadas às guerras na Ucrânia e na Faixa de Gaza. Para tentar reverter esta realidade, os jornais buscam publicar matérias explicativas, focadas na busca por soluções, e investem mais em histórias mais humanas e inspiradoras.

O levantamento revelou que 63% dos entrevistados estão preocupados com a queda nos acessos às notícias originárias das redes sociais. Para 48% dos entrevistados, as quedas mais significativas referem-se ao Facebook. O Twitter/X ficou em segundo lugar, com 27%. Em contrapartida, 77% pretendem incrementar a distribuição de notícias por canais diretos próprios e uso de plataformas terceirizadas (20%).

Newman (2024) confirma a continuidade da tendência de ênfase à produção audiovisual, detectada pela mesma pesquisa no ano anterior. Assim, vídeos, newsletters e podcasts são mídias que os jornais pretendem usar mais neste ano, enquanto o volume de produção de textos jornalísticos tende a permanecer inalterado. Newman (2024) analisa que, após 20 anos da predominância do texto no jornalismo digital, a emergência de novos aparelhos e plataformas especializadas facilitam a produção, busca e distribuição de áudios e vídeos. Estas linguagens aproximam-se mais do gosto dos jovens, conforme confirmam

outras pesquisas a serem apresentadas adiante. A migração do texto para o audiovisual na web é considerada por alguns como a segunda revolução digital.

Neste sentido, mantém-se em 2024 a tendência, detectada já na pesquisa Reuters de 2023, de incrementar a publicação de vídeos curtos em plataformas jovens, como TikTok e YouTube *(shorts),* e de produzir podcasts gravados em vídeos (videocasts) para plataformas visuais como o YouTube. Os veículos pretendem valorizar estas linguagens também nos seus próprios ambientes virtuais (Newman, 2024).

O incremento em áudios e newsletters, especificamente, reflete também outra realidade: a queda no número de acessos provenientes das redes sociais, motores de busca e sistemas centralizadores de notícias devido às restrições aos jornais decididas, por exemplo, pelo Facebook e X. Em contrapartida, os veículos agora investem na distribuição por meios próprios ou mediada por plataformas terceirizadas para minimizar os efeitos restritivos e fortalecer a relação direta com o público. A tática embute tendência estratégica à migração paulatina dos acessos gratuitos aos remunerados e à personalização de conteúdos feita na origem e não pelos sistemas presentes na web (Newman, 2024).

O cenário brasileiro não difere muito do internacional, de acordo com a pesquisa *Tendências para o Jornalismo Brasileiro 2023*, realizada pela Orbis Media Review (2023), que ouviu 45 diretores e gestores de veículos de rádio, TV, revista, jornal e plataformas digitais entre 21 de novembro e 13 de dezembro de 2022. Ao serem questionados sobre os formatos e publicações prioritárias, os entrevistados destacaram o podcast em primeiro lugar (60%), e na sequência as redes sociais (51%), newsletter (44%), textos breves (40%), *stories* (35%), reportagens *long form* (31%) e vídeos em geral (13%). Na projeção de atuação em redes sociais, segundo a pesquisa, 39% das empresas revelaram que investiriam menos no Facebook. Enquanto isso, 81% disseram que ampliariam as apostas no YouTube e 57% que fariam o mesmo no TikTok. Já o Instagram receberia um esforço crescente de 56% das redações, embora, de acordo com os dados, a presença dos veículos nesta rede social já entraria em fase de estabilização. O Metaverso, como observado pelo *Reuters Institute* no mesmo ano, também não é prioritário para a difusão de notícias para o jornalismo brasileiro.

Em relação à inteligência artificial generativa, a pesquisa do Reuters Institute 2024 aponta que os profissionais de jornalismo entrevistados consideram que os usos deste tipo de IA mais relevantes se darão nas tarefas de suporte, como marcação *(tagging),* transcrição e revisão de textos. Na sequência em grau de relevância, seguem-se distribuição e

recomendação de conteúdos (homepages personalizadas, envio de alertas etc.), criação de conteúdos com supervisão humana (sumários, títulos etc.), usos comerciais (melhorar processos de indução a conteúdos pagos etc.), codificação, desenvolvimento de produtos e levantamento de pautas (detecção de notícias e questionamento de dados).

As tendências de usos de plataformas e linguagens preferenciais para a difusão de notícias detectadas nas pesquisas Reuters/Universidade de Oxford de 2023 e 2024 priorizam atender os desejos e hábitos dos jovens em relação ao consumo de notícias, e embutem a necessidade dos veículos jornalísticos de conquistar e fidelizar esse público. Isto pode ser comprovado na exposição de alguns dados levantados por pesquisas específicas sobre as relações dos jovens com as notícias, que serão apresentadas na sequência.

O PÚBLICO JOVEM E AS NOTÍCIAS

A pesquisa *Consumo de Notícias por Universitários Brasileiros 2023*, também realizada pela Orbis Media Review (2023), abordou a relação entre os estudantes do ensino superior de instituições públicas e privadas, localizadas nas cinco regiões do país, com os jornais. Para tanto, foram ouvidos 1.030 universitários, a maioria entre 17 e 22 anos (58%), entre os meses de setembro e novembro de 2022. Pelos dados levantados, 25% deles não têm o hábito de consumir veículos jornalísticos, enquanto 33% os acessam ao menos uma vez por dia. Quando querem saber sobre algo, é ao Google que recorrem como principal fonte de informação (57%), ficando clara, assim, a importância dos motores de busca como camada intermediária entre a audiência jovem e o conteúdo jornalístico.

Outro registro significativo do estudo é o descompasso entre as expectativas que levam o universitário a ler notícias e o efeito que elas lhes causam: 79% dos participantes afirmaram consumi-las por curiosidade em saber o que está acontecendo, enquanto 62% procuram jornais porque acreditam que as reportagens possam contribuir com o seu desenvolvimento pessoal. Sobre o que mais os jovens esperam das notícias, a honestidade de quem as produz aparece em primeiro lugar. Expressões como imparcialidade, isenção, neutralidade e verdade também predominaram no campo onde os estudantes puderam expor suas expectativas quanto ao jornalismo brasileiro.

O desinteresse histórico dos jovens pelas notícias da grande imprensa não acontece apenas no Brasil, conforme reforça a pesquisa da *Craft Human Intelligence* de 2022, outra sob a tutela do *Reuters Institute for the Study of Journalism* e da Universidade de Oxford, e

que resultou no relato *"The Kaleidoscope: young people's relationships with News"*. O estudo, feito com 72 pessoas entre 18 e 30 anos de idade, levantou, qualitativamente, como elas se relacionam com as notícias no Brasil, Estados Unidos e Reino Unido.

Os dados mostram que os jovens norte-americanos e britânicos dividem as notícias nas categorias "*the news",* que traduzimos livremente como "notícias", e "*news",* como "novidades". Notícias, para o público em questão, seriam as encontradas na imprensa tradicional e que refletem fatos específicos, como assuntos econômicos e políticos, cujas fontes provêm dos ambientes típicos destes *establishments.* As novidades, por sua vez, seriam informações publicadas pela imprensa alternativa ou redes sociais em geral, relacionadas a diversos aspectos da vida. As notícias para esta geração são digitais e sociais. Destarte, mesmo em relação às causas às quais estão engajados, em geral, os jovens deixam de lado a grande mídia e preferem seguir celebridades, influenciadores digitais, jornalistas autônomos, *podcasters* e outros usuários de redes sociais (The Kaleidoscope, 2022).

A pesquisa da Orbis Media Review (2023) reforça outras já apresentadas neste artigo quanto a preferência dos jovens pelas informações curtas, objetivas. E, também, que preferem linguagens claras e formatos de rápida compreensão, como o audiovisual. Os jovens, segundo a mesma sondagem, valorizam ainda a acessibilidade aos conteúdos.

The Kaleidoscope (2022) aconselha o uso de mídias mais palatáveis e de absorção mais rápida que os textos. Entre elas, as imagens estáticas como fotos, gráficos, tabelas, infográficos, mapas e diagramas. Os vídeos, por sua vez, possibilitam infinitas variações. Servem para falas diretas, animações explicativas, *videocasts*, documentários, programas em estilo televisivo etc.

Como se nota, para a apresentação das notícias, as opções atualmente são muitas. O ambiente digital possibilita diferentes formatos de narrativas; mas, para serem efetivos, demandam criatividade e inovação. O melhor aproveitamento jornalístico, entretanto, ocorrerá se forem respeitadas as preferências e os códigos próprios de cada plataforma.

ASPECTOS RELEVANTES DETECTADOS

O (Quadro 1) sumariza os principais aspectos resultantes do cruzamento das informações levantadas pelo presente trabalho em relação à plataformização do jornalismo, formatação de conteúdos, distribuição de notícias, entendimento das notícias, trabalho dos jornalistas, público receptor, ambiente organizacional e negócios. A escolha ou nomeação

destes aspectos deve-se à recorrência nas fontes consultadas e/ou ênfase a eles atribuída pelos autores ou evidenciada nos índices das pesquisas utilizadas.

As informações, cruzadas empiricamente, provieram das distintas fontes de consulta deste trabalho, a recordar: a) literatura internacional sobre plataformização do jornalismo e sobre as interfaces entre jornalismo e inteligência artificial, principalmente ancoradas em Diakopoulos (2019), Marconi (2020) e Newman (2023 e 2024); b) pesquisas internacionais e nacionais sobre tendências do jornalismo como negócio, sobre a realização de tarefas automatizadas e sobre plataformização das notícias; e, c) pesquisas nacionais e internacionais sobre os hábitos de consumo e preferências do público jovem em relação a conteúdos e formatos jornalísticos.

Quadro 1 - Cruzamento entre literatura e pesquisas sobre tendências e hábitos de consumo.

Aspecto	**Aspectos relevantes encontrados**
Plataformização	Notícias fragmentadas, aproveitamento de recursos inerentes às plataformas, adaptação dos conteúdos às suas características.
Formatação	Maior número de publicações em plataformas audiovisuais e de conteúdos breves, número igual de publicações em texto.
Distribuição	Menos ênfase na difusão algoritmizada e por sistemas de IA das redes sociais e motores de busca. Maior esforço para iniciativas próprias de fidelização.
Entendimento da notícia	As informações fragmentadas adquirem significado no cérebro do receptor.
Trabalho do jornalista	Hibridismo entre o trabalho humano e dos sistemas inteligentes. Exigência de novas habilidades. Presença de profissionais de outras áreas nas redações.
Público	Desinteresse crescente pelas notícias, aversão a notícias deprimentes, audiência a fontes pouco confiáveis.
Ambiente organizacional	Busca por remuneração pelo uso de conteúdos jornalísticos pelas *big techs* e outras regulamentações.
Negócios	Altos custos de produção, queda no volume de assinantes e ingressos publicitários. Automação e encolhimento nas vagas para jornalistas.

Fonte: elaborado pelos autores 2024.

Observou-se a preocupação dos jornais em distribuir suas notícias por meio de múltiplas plataformas e em formatos compatíveis com elas e com os diferentes espaços que

cada uma dispõem. Em geral, plataformas como redes sociais e aplicativos de mensagens pedem formatos multimídias e resumidos. Estes formatos melhores aceitos e entram nos fluxos da distribuição algorítmica inerente às plataformas de redes sociais, que passam a apresentar as notícias nelas postadas aos receptores cujos dados harmonizam-se com seus conteúdos. Evidentemente, muitos outros fatores estão envolvidos neste processo de distribuição, como plataformas que velada ou abertamente restringem a difusão de notícias.

Este tipo de distribuição raramente oferta a notícia em profundidade, completa, ao receptor, mas sim de forma fragmentada. Diferentes aspectos, nem sempre oriundos do mesmo veículo jornalístico, são apresentados ao receptor, também em diferentes mídias. Neste processo, cabe ao receptor, mesmo que não tenha consciência dele, a formar o sentido da notícia, resultante da combinação e análise mental dos fragmentos. Uma das consequências, conforme levantado, é a diminuição dos conteúdos elaborados em texto e proliferação de conteúdos multimídia, mais compatíveis com os hábitos dos internautas.

O levantamento evidenciou mudanças no trabalho do jornalista. Profissionais de informática estão cada vez mais presentes no dia a dia da Redações e assumem status de jornalistas, participando de decisões editoriais, o que evidencia a importância da tecnologia para viabilizar a produção e a distribuição de notícias. O jornalista também conta cada vez mais com ferramentas de IA desenvolvidas pelos próprios veículos ou externas no seu trabalho de apuração e de produção de notícias, o que vem sendo chamado de trabalho híbrido. Há também trabalhos realizados totalmente por sistemas de IAs, algumas vezes terceirizados.

Outro problema que está sendo enfrentado é a crescente aversão às notícias e confusão do público sobre notícias com credibilidade e informações em geral publicadas em plataformas sociais ou mesmo em falsos sites de notícias. Isto faz os veículos investirem em departamentos ou agências próprias para desmentir notícias falsas. Também procuram, editorialmente, produzir noticiário mais positivo, com soluções e alternativas para questões negativas, como guerras, destruição do meio ambiente e colapso climático.

A difusão algoritmizada de notícias, principalmente pelo Google Search, tem sido o principal meio de distribuição de conteúdos jornalísticos na última década, apesar do descontentamento dos jornais pelo uso e monetização publicitária das notícias praticada pelas *big techs,* sem remunerar os jornais produtores dos conteúdos, que arcam com os custos de produção. Porém, a pesquisa detectou tendência a mudar esta realidade, com o

fortalecimento das carteiras de assinantes e desenvolvimentos de sistemas de IA próprios dos jornais para a distribuição de notícias.

Também a profusão dos chats de inteligência artificial generativa (IAG) motivou a reação dos jornais. O fato do Google Search incluir um resumo do assunto procurado, elaborado pela sua IAG Gemini, deve retirar muito do fluxo que iria deste buscador, o mais usado no mundo, para os sites de notícias. Isto implica em queda da arrecadação publicitária dos veículos. Ao mesmo tempo, chats de IAGs de outras *big techs* começam a veicular publicidade. Diante disto, há um movimento mundial dos jornais condicionando a entrada das IAGs nos seus conteúdos a uma permissão prévia, o que significa, em geral, remuneração pelo uso dos seus conteúdos.

Finalmente, o cruzamento de informações e dados, demonstra que os jornais e jornalistas enfrentam o encolhimento das vagas para jornalistas nas Redações, causadas pela otimização dos trabalhos por sistemas automatizados ou mesmo, de forma mais evidente, pela substituição de jornalistas por avatares ou robôs androides, que podem trabalhar até como âncoras de noticiários, ou mesmo serem clones de âncoras consagrados que comentam e opinião sobre as notícias em harmonia com o pensamento do âncora original. A opção dos jornais, em geral, se dá pelos altos custos de produção de notícias.

CONSIDERAÇÕES

A utilização gratuita dos algoritmos e sistemas de inteligência artificial das plataformas digitais para a difusão de conteúdos jornalísticos e das suas ferramentas para a formatação de notícias facilita a produção de matérias em diferentes formatos e sua entrega ao público que a demanda. Porém, por outro lado, estes processos obrigam os veículos à produção de diferentes narrativas e com enfoques específicos para a mesma notícia, cada uma com nuances próprias a cada plataforma e seus distintos públicos, o que acarreta mais gastos e tempo de produção.

Como o público frequenta diferentes plataformas e recebe, em geral, notícias abreviadas, a recepção se transforma em processo mental de bricolagem a partir de fragmentos de informações obtidos de variadas origens, distribuídos por múltiplas plataformas, e produzidos pela grande imprensa, pela alternativa e mesmo pelos próprios usuários. O fenômeno enfraquece a função dos veículos de definir bem os focos, enfoques e

ênfases às notícias, e isso confunde os receptores quanto à credibilidade dos jornais e das notícias.

A distribuição/recepção fortemente algoritmizada direciona as notícias com os mesmos critérios que entrega qualquer outro conteúdo. Tem como propósito maior atender os interesses comerciais das grandes corporações digitais, sem considerar critérios de noticiabilidade. Desvia, portanto, o jornalismo de alguns dos seus propósitos, como valorizar a relevância social dos fatos na escolha de quais notícias difundir. Neste momento, os jornais tendem a diminuir sua dependência deste tipo de distribuição. Porém, isto se deve mais a não estarem sendo remunerados pela produção que pela falta de critérios jornalísticos na distribuição das suas notícias.

A busca por compensação pelos gastos com produção fez os jornais unirem-se, mundialmente, contra a utilização gratuita dos seus conteúdos pelos sistemas de IA generativa para a elaboração de novas notícias, ao menos sem antes obter a autorização do produtor. Também investem em formas de distribuição por processos informatizados próprios ou resultantes de terceirizações que mantenham domínio da entrega nas suas mãos e favoreçam mais proximidade com os leitores.

Em relação à expansão das tarefas realizadas por inteligência artificial nas redações, embora os jornalistas percebam a IA como auxiliar importante, a maioria acredita que sua supervisão continuará necessária – o que está sendo chamado de jornalismo híbrido. Todavia, as contratações de jornalistas reduzem-se enquanto a automação se expande.

Outro viés da algoritmização das notícias manifesta-se nas decisões editoriais, cada vez mais embasadas em dados fornecidos por sistemas de IA, como as métricas retiradas das plataformas de redes sociais ou fornecidas por motores de busca. Neste sentido, as técnicas de *SEO, Search Engine Optimization,* determinam a formatação de conteúdos jornalísticos para maximizar seu *rankeamento* nos buscadores, e as métricas dos sites de redes sociais para determinar formatos, horários de postagens e mesmo os conteúdos das notícias. O uso destas técnicas já integra as rotinas dos jornalistas na redação e edição de matérias.

Enquanto isso, o público encontra-se imerso em ambiente de excesso de informações, notícias falsas e campanhas difamatórias contra a imprensa, o que acarreta stress, confusão e agravamento da aversão do público às notícias deprimentes e aos próprios veículos.

Tudo indica que os próximos anos continuarão turbulentos para o jornalismo como negócio. As empresas continuarão em confronto com as grandes corporações tecnológicas e na busca pela normatização das ações dos grandes conglomerados digitais. Alguns progressos em favor dos jornais, entretanto, podem ser esperados.

Os jornalistas verão seu mercado de trabalho encolher e suas habilidades preferenciais migrarem do texto para narrativas mais audiovisuais, da profundidade para a brevidade, do foco em poucas ou plataforma única para inúmeras. Verão também crescer a presença de profissionais de informática e webdesign nas redações jornalísticas, trabalhadores que assumem status de jornalistas, mesmo sem formação específica para tanto, mas cada vez mais necessários nos jornais.

REFERÊNCIAS

BECKETT, Charlie. New powers, news responsibilities: a global survey of journalism and artificial intelligence. The London School of Economics and Political Science, **Polis Journalism and Society e Google News Initiative**, 2019. Pdf.

BIVENS, Rena Kin. The internet, mobile phones and blogging: how new media are transforming traditional journalism. **Journalism Practice, v.** 2, n.1, p. 113-129, fev. 2008. Disponível em: https://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1080/17512780701768568?casa_token=dza87uwiNA8AAAAA:A6XVsqWfbdjQQtMdIFi6V6YjDSnkrhh2Kgjm4zYyvzHNedoQ_iB-VG37I8-q7uvIs68C961IoubDLJc. Acesso em: 4, jul. 2023.

BUCHER, Taina. Want to be on the top? Algorithmic power and the threat of invisibility on Facebook. **New Media & Society**, vol. 14, n. 7, p. 1164-1180, 2012.

CONSUMO DE NOTÍCIAS POR UNIVERSITÁRIOS BRASILEIROS. **Orbis Media Review**, 2023. Disponível em: file:///C:/Users/paulo/Downloads/Orbis_Media_Review_Consumo_Noticias_Universitarios_2023%20(1).pdf. Acesso em: 12 mar. 2024.

DEUZE, Mark; YESHUA, Daphna. Online journalists face new ethical dilemmas. Lessons from the Netherlands. **Journal of Mass Media Ethics**, v. 16, n. 4, p. 273-292, 2001.

DIAKOPOULOS, Nicholas (a). **Automating the news**. Cambridge: Harvard University Press, 2019. *E-book Kindle.*

FISHER, Max. **A máquina do caos:** como as redes sociais reprogramam nossa mente e nosso mundo. São Paulo: Todavia, 2023.

GIBSON, William. **Neuromante.** Lisboa: Gradiva, 1984.

HOLTON, Avery E.; LEWIS, Seth C.; CODDINGTON, Mark. Interacting with audiences: Journalistic role conceptions, reciprocity, and perceptions about participation. **Journalism Studies,** vol. 17, n. 7, p. 849-859, 2016.

JOURNALISM AI DISCOVERY. Module 6: News frontiers and evolving areas. **Polis Journalism at LSE e Google News Initiative**, 2023. Disponível em: https://www.journalismaidiscovery.com/. Acesso em: 17 fev. 2023.

JURNO, Amanda Chevtchouk. Facebook e a plataformização do jornalismo: uma cartografia das disputas, parcerias e controvérsias entre 2014 e 2019. 2020. 225f. **Tese** (Doutorado em Comunicação Social) – Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2020.

LATZER, Michael; HOLLNBUNCHNER, Katharina; JUST, Natascha; SAURWEIN, Florian. The economics of algorithmic selection on the Internet. **Working paper** – Media Change & Innovation Division. University of Zurich**,** vol. 7, n. 1, p. 3-33, 2014. Disponível em: http://www.mediachange.ch/media/pdf/publications/Economics_of_algorithmic_selection_WP_.pdf. Acesso em: 04 jul. 2023.

MARCONI, Francesco. **Newsmaker:** artificial intelligence and the future of journalism. New York: Columbia University Press, 2020. *E-book Kindle*.

NEWMAN, Nic. **Journalism, media and technology trends and predictions 2024.** Reuters Institute for the Study of Journalism, 2024. Pdf.

NEWMAN, Nic. **Journalism, media and technology trends and predictions 2023.** Reuters Institute for the Study of Journalism, 2023. Pdf.

ROBINSON, Sue. Convergence Crises: news work and news space in the digitally transformation newsroom. **Journal of Communication,** v. 61, n. 6, p. 1122-1141, 2011.
TENDÊNCIAS PARA O JORNALISMO BRASILEIRO 2023. **Orbis Media Review**, 2023. Disponível em: https://orbismedia.org/wp-content/uploads/2023/01/orbis_media_review_relatorio_tendencias23-2.pdf. Acesso em: 29 jun. 2023.

THE KALEIDOSCOPE: Young people's relationships with news. **Craft Human Intelligence**, Reuters Institute for the Study of Journalism e University of Oxford, 2022. Pdf.

VAN DIJCK, José; POELL, Thomas; DE WALL, Martijn. **The Platform Society:** public values in a connected world. Oxford University Press USA, 2018.

WESTLUND, Oscar. Mobile news: a review and model of journalism in an age of mobile media. **Digital Journalism.** v. 1, n. 1, 2013. p. 6-26. Disponível em: https://www.tandfonline.com/doi/epdf/10.1080/21670811.2012.740273?needAccess=true. Acesso em: 12 mar. 2024.

O(s) autor(es) é(são) responsável(is) pela fidedignidade dos dados apresentados.

PODCAST COMO LUGAR PARA "AQUILOMBAR" E BUSCAR LETRAMENTOS

Rose Mendes da Silva[1]
Andréa Pereira dos Santos[2]

RESUMO

Apresenta-se o recorte de um estudo teórico, exploratório e qualitativo no qual propõe-se observar o *podcast* como um "quilombo moderno", onde o povo negro pode "aquilombar" e obter letramentos racial e informacional. O quilombo, no Brasil, é um modelo de associação do povo negro que, para além de lugar para viver, resiste como ideologia manifestada de várias formas, presenciais e virtuais. E o *podcast*, pelo seu alcance, é uma mídia que pode ser acessada a qualquer tempo e de qualquer lugar.

Palavras-chave: *podcast*; quilombo; quilombismo; letramento racial; letramento informacional.

PODCAST AS A PLACE FOR "AQUILOMBAR" *AND SEARCH FOR LITERACIES*

ABSTRACT

This is an excerpt from a theoretical, exploratory and qualitative study that proposes to observe podcasts as a "modern quilombo" where black people can "aquilombar" and obtain racial and informational literacy. In Brazil, the quilombo is a model of association for black people that, in addition to being a place to live, resists as an ideology manifested in various forms, both in person and online. And podcasts, due to their reach, are a medium that can be accessed at any time and from any place.

Keywords: podcast; *quilombo*; quilombism; racial literacy; informational literacy.

INTRODUÇÃO

O ano é 1980, Abdias do Nascimento apresenta, no 2º Congresso de Cultura Negra das Américas, realizado no Panamá, sua tese sobre quilombismo, propondo que os quilombos[3] sejam vistos como um legado, uma referência básica para a mobilização da população afrodescendente nas Américas. Sua tese parte da ideia de que os quilombos são as primeiras experiências de liberdade do povo negro que foi escravizado[4] nessas terras. Uma instituição cuja organização política era democrática, com modelo econômico oposto ao

[1] Doutoranda no PPGCOM/UFG, na linha de Mídia e Informação. Bibliotecária-documentalista do Sistema de Bibliotecas da UFG (Sibi/UFG). E-mail: rosemendes99@ufg.br.
[2] Docente no PPGCOM/UFG e orientadora da pesquisa. E-mail: andreabiblio@ufg.br.
[3] O termo quilombo tem origem etimológica na língua africana bantu, como derivação de *kilombo* (Munanga, 1996).
[4] Optou-se por usa escravizados em vez de escravos, pois a escravidão não lhes era inerente, mas imposta.

modelo colonial e estrutura comunitária baseada em valores culturais africanos (Nascimento, 1980).

Dentre as formas de resistência que o negro conservou ou incorporou à luta pela manutenção de sua identidade social e histórica no Brasil – "que incluem manifestações: de caráter linguístico, religioso, artístico, social, político, de hábitos, gestos", como pontua Beatriz Nascimento (Nascimento, 1985, p. 41) –, os quilombos são, provavelmente, um dos feitos mais facilmente identificáveis. Trata-se, como ressalta a citada autora, de um lugar que representa, "na história do nosso povo um marco na sua capacidade de resistência e organização" (Nascimento, 1985, p. 41) e cujo início tem uma marca: a fuga, pois, estando presas aquelas pessoas não tinham poder – físico, bélico e psicológico – para lutar contra a situação que lhes foi imposta.

Mas vale ressaltar que esta é uma marca que não o define, pois, como Beatriz Nascimento ressalta, "o quilombo não foi um reduto de negros fugidos: foi a sociedade alternativa que o negro criou" (Nascimento, 2022, p. 127). Sendo que a fuga foi "motivada pela necessidade de resistência e não para a acomodação, [tampouco] para o encontro de uma liberdade romantizada no meio da floresta que lembra a África" (Nascimento, 2021, p. 129) ou ainda para a mera busca de um local onde os negros pudessem se refugiar para "curtir o seu banzo".

Neste artigo apresenta-se um recorte de um estudo teórico, exploratório, de natureza qualitativa, no qual se propõe observar o *podcast* como um "quilombo moderno", onde o povo negro pode "aquilombar" e, dentre outras possibilidades, obter letramentos racial e informacional. Tem-se em vista que o quilombo, no Brasil, é um modelo de associação do povo negro criado no período escravocrata e que, para além do território como lugar físico para viver, resiste como ideologia manifestada de variadas formas, desde os terreiros, passando pelas escolas de samba, rodas de capoeira e sambas de roda, entre outras, e indo até os aquilombamentos virtuais possibilitados pela conexão em rede – tal como o *podcast*. Para embasar a discussão sobre quilombo e quilombismo traz-se dois autores que foram contemporâneos e são reconhecidos nos estudos sobre estas temáticas: Beatriz Nascimento e Abdias Nascimento, bem como em textos de estudiosos que vieram *a posteriori* abordando as mesmas temáticas; alguns, inclusive, tocando em pontos que coadunam com a proposta aqui apresentada e discutida. A discussão é efetivada, neste artigo, a partir do entrelaçamento dos conceitos de quilombo, quilombismo, bem como de letramentos. Dentre

os diversos tipos de letramento, neste artigo dá-se destaque a dois: o informacional, a partir da Ciência da Informação; e o racial, cuja definição original partiu da autora afro-americana France Winddance Twine, que cunhou o termo *racial literacy*. Para falar de *podcast* usou-se, como base, a obra "Reflexões sobre o podcast" (2014).

Os dois estudiosos selecionados para falar de quilombo e quilombismo são contemporâneos em suas trajetórias, sendo que Beatriz Nascimento é considerada a pesquisadora que mais se dedicou ao estudo sobre quilombo no Brasil e também a com mais tempo de análise sobre o tema (Ratts, 2007); e Abdias Nascimento, para além de se dedicar aos estudos sobre o quilombismo, fundou, no Rio de Janeiro, o Teatro Experimental do Negro (TEN), entre outras ações a favor do povo negro. Nas palavras do autor, o TEN foi concebido "como instrumento de redenção e resgate dos valores negro africanos, os quais existem oprimidos ou/e relegados a um plano inferior no contexto da chamada cultura brasileira onde a ênfase está nos elementos de origem branco européia" (Nascimento, 1980, p. 68) – o qual pode ser considerado um "quilombo moderno" na acepção que aqui se propõe.

O estudo teórico que aqui se apresenta é ainda incipiente e integra a pesquisa em andamento no Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal de Goiás (PPGCOM/UFG), nível Doutorado, na linha de pesquisa Mídia e Informação, acerca de *podcast*, racismo, antirracismo, letramentos racial e informacional no Brasil. Reconhece-se que, por ser um caminho que ainda está sendo trilhado, pode haver correção de rota. Intenta-se que esta discussão e outras reflexões relacionadas aos temas que compõem a pesquisa sejam apresentadas no texto final da tese de forma mais ampliada.

LETRAMENTOS E MULTILETRAMENTOS

O termo "letramento" foi cunhado no início dos anos de 1980 para reconhecer a variedade e a diversidade de práticas de leitura e escrita nas sociedades. No Brasil foi usado pela primeira vez em 1986, na obra "No mundo da escrita: uma perspectiva psicolinguística", de Mary Kato, como tradução da palavra *literacy* (Rojo; Moura, 2019). Conforme estes autores, o termo

> [...] busca recobrir os usos e práticas sociais de linguagem que envolvem a escrita de uma ou de outra maneira, sejam eles socialmente valorizados ou não, locais (próprios de uma comunidade específica) ou globais, recobrindo contextos sociais diversos (família, igreja, trabalho, mídias, escola etc.). [...]. Numa sociedade urbana

> moderna, as práticas diversificadas de letramento são legião. Por isso, o conceito passa ao plural: letramentos (Rojo; Moura, 2019, p. 16).

O letramento envolve então, situações para além da alfabetização, do saber ler e escrever, de modo que, mesmo quem não é alfabetizado pode obter o letramento necessário para viver em sociedade – o que na prática se dá, por exemplo, quando o cidadão consegue lidar com o dinheiro em operações de compra e venda ou pegar um ônibus para se deslocar.

À medida que a sociedade vai ficando mais complexa, vão sendo exigidas novas habilidades e novos letramentos – como ocorreu quando foram disponibilizados, por exemplo, os caixas eletrônicos nos bancos, e, posteriormente, quando os aparelhos celulares começaram a ser comercializados. Nos anos de 1990, o termo, que já havia passado do singular para o plural, foi atualizado novamente, agora pelo New London Group, que reúne diversos estudiosos nos Estados Unidos. Assim, pensando na diversidade cultural das populações e na diversidade de linguagem dos textos contemporâneos, foi cunhado o termo "multiletramentos", o qual inclui letramentos em múltiplas culturas e em múltiplas linguagens – estas impulsionadas principalmente pelas novas tecnologias digitais da informação e comunicação (TDICs), que vêm inundando o contexto social dia a dia (Rojo; Moura, 2019).

Dentre os diversos tipos de letramento, neste artigo dá-se destaque para dois: o informacional e o racial. O termo letramento informacional é derivado de *information literacy*[5], expressão que surgiu nos EUA na década de 1970 e cujos estudos no Brasil tiveram início no ano 2000, sendo que aqui recebeu diversas outras traduções – tais como: alfabetização informacional, habilidade informacional e competência informacional. Neste texto optou-se pela definição de Gasque (2012, p. 29), que diz que o "letramento informacional corresponde ao processo de desenvolvimento de competências para localizar, selecionar, acessar, organizar, usar informação e gerar conhecimento, visando a tomada de decisão e a resolução de problemas".

Gasque (2012, p. 32) reforça que letramento e alfabetização não devem ser confundidos, tampouco se deve simplesmente somar os termos letramento e informacional, tendo em vista que o letramento informacional é mais complexo, pois visa "a adaptação e a

[5] O termo *literacy*, justifica Gasque (2012, p. 30), não tem previsão nos principais dicionários de português, sendo que "o conceito mais próximo da derivação do inglês é 'letramento', de uso relativamente recente no campo da pedagogia e da educação".

socialização dos indivíduos na sociedade da aprendizagem". O que ocorre quando o indivíduo desenvolve capacidade de determinar as informações de que necessita, acessá-las de modo eficiente, avaliar criticamente as fontes e usar as informações de modo efetivo.

Já o conceito de *racial literacy* foi utilizado pela primeira vez pela socióloga afro-americana France Winddance Twine. No Brasil foi traduzido para letramento racial pela psicóloga Lia Vainer Schucman. Conforme a definição de France Twine, *racial literacy* é "um conjunto de práticas que pode ser melhor caracterizado como uma 'prática de leitura' – uma forma de perceber e responder individualmente às tensões das hierarquias raciais da estrutura social" (Schucman, 2022, p. 181). Para a pesquisadora afro-americana esta prática inclui, entre outras condições: "(1) um reconhecimento do valor simbólico e material da branquitude; (2) a definição do racismo como um problema social atual, em vez de um legado histórico; (3) um entendimento de que as identidades raciais são aprendidas e um resultado de práticas sociais; [...]" (Schucman, 2022, p. 182).

Na visão de Silva (2019, p. 2), o "letramento racial é uma forma de responder individualmente às tensões raciais. Ao lado de respostas coletivas, na forma de cotas e políticas públicas, ele busca reeducar o indivíduo em uma perspectiva antirracista". Neste sentido, o letramento racial, também chamado de letramento racial crítico, obriga, individual e coletivamente, a se repensar não somente sobre raça e racismo, mas também sobre o ordenamento social, cultural e econômico em que se vive.

QUILOMBO: ORIGEM FUNDADA NA ÁFRICA

Conforme os estudos de Beatriz Nascimento, a origem do termo *kilombo* remonta ao período pré-escravatura no Brasil e está ligada à história dos Imbangala[6], também conhecidos como Jaga ou Janga, que dominaram o território dos Mbundu[7] em Angola, África, no século XVII.

[6] Segundo Beatriz Nascimento, "Os Imbangala que dominaram Angola eram considerados um povo terrível, que vivia inteiramente do saque, não criava gado nem possuía plantação. Ao contrário das outras linhagens, não criavam os filhos, pois estes poderiam atrapalhá-los nos diversos deslocamentos que se faziam necessários. Matavam-nos ao nascer e adotavam os adolescentes das tribos que derrotavam" (Nascimento, 1985, p. 42).

[7] Os Mbundu, ou Akwakimbundu, falantes da língua kimbundu, viviam ao sul do reino do Congo, onde situava o reino Ndongo e cujo rei tinha o título de Ngola. Os Mbundu (também chamados Ambundu e Kimbundu) integram a linhagem dos povos de origem bantu juntamente com os Ovimbundu (umbundu), os Bakongo (Kikongo), os Lunda-Tcôkwe (Ucokwe), os Ngangela, os Ovambo, os Nyaneka, os Nkumbi, os Axidonga e os Luba. No século XV os colonizadores encontraram, no reino Ndongo: agricultura, metalurgia (ferro), tecelagem, comércio, linhagens de parentesco e chefes políticos, delineando organizações que chamamos de Estados (A formação [...], 2016; Nascimento, 1985).

> A característica nômade dos Imbangala, acrescida da especificidade de sua formação social, pode ser reconhecida na instituição do *kilombo*. A sociedade guerreira imbangala era aberta a todos os estrangeiros, desde que iniciados. Essa iniciação substitui o rito de passagem das demais formações de linhagem. [...]. O ritual de iniciação dos Imbangala [...] expressava o rito de passagem, incorporando jovens de várias linhagens na mesma sociedade guerreira. *Kilombo* aqui recebe o significado de instituição em si. Seriam *kilombo* os próprios indivíduos ao se incorporarem à sociedade imbangala. O outro significado estava representado pelo território ou campo de guerra. Ainda outro significado para *kilombo* dizia respeito ao local, casa sagrada, onde se processava o ritual de iniciação. O acampamento de escravos fugitivos, como quando alguns Imbangala estavam em comércio negreiro com os portugueses, também era *kilombo*. Mais tarde, no século XIX, as caravanas de comércio em Angola recebiam a mesma denominação (Nascimento, 1985, p. 42-43).

Beatriz Nascimento, a partir dos seus estudos, acredita que os quilombos no Brasil foram originados a partir dessa tradição imbangala, com seu modelo sendo reproduzido por meio das diferentes linhagens, famílias e etnias que aqui aportaram. A estudiosa comenta que, no Brasil, a primeira referência ao termo quilombo está em um documento oficial português de 1559 (Nascimento, 1985).

> [...] mas somente em 1740, em 2 de dezembro, assustadas frente ao recrudescimento dos núcleos de população negra livres do domínio colonial, depois das guerras no Nordeste, no século XVII, as autoridades portuguesas definem, a seu modo, o que significa quilombo: "toda habitação de negros fugidos que passem de cinco, em parte desprovida, ainda que não tenham ranchos levantados nem se achem pilões neles" (Nascimento, 1985, p. 43).

De acordo com Beatriz Nascimento, "as mencionadas guerras do Nordeste dizem respeito à destruição do Quilombo dos Palmares, assim como a toda a agitação que se processou ao redor desse núcleo" (Nascimento, 1985, p. 43). Palmares, para esta autora, possuía características que o interrelaciona com o modelo africano de quilombo; como organização de resistência, ela reitera que este quilombo se sobressaiu sem similar dentre os primeiros quilombos no Brasil. E seu desmembramento, provavelmente, deu origem a diversos outros quilombos país afora, inaugurando uma experiência singular, considera a estudiosa. Ao longo da história, "Os demais quilombos vão se distanciando do modelo africano e [...] [procuram] um caminho de acordo com as suas necessidades em território brasileiro", relata (Nascimento, 1985, p. 43).

> No período colonial o quilombo se caracterizou pela formação de grandes Estados, como o da Comarca do Rio das Mortes em Minas Gerais, desmembrado em 1750. Podemos afirmar que, como Palmares, este quilombo atua de acordo com as condições estruturais, inclusive econômicas, no contexto dos "ciclos" econômicos no Brasil: antes o açúcar de Pernambuco, agora o ouro em Minas Gerais (Nascimento, 1985, p. 43).

A proliferação de quilombos em todas as capitanias coloniais entre os séculos XVIII e XIX, para Beatriz Nascimento, funcionou como "frinchas no sistema – muitas vezes convivendo com ele pacificamente [...], em todo o espaço territorial e em todo o tempo histórico" (Nascimento, 1985, p. 45). O que acabou por gerar instabilidades no sistema escravagista, significando, também, perigo à estabilidade e integridade do Império. De modo que o quilombo foi classificado, pelo poder governante de então, como um "valhacouto de bandidos" – com publicação no Código de Processo Penal de 1835, "sendo a pena para os seus integrantes correspondente à mesma imposta aos participantes de insurreições, ou seja, a degola" (Nascimento, 1985, p. 45).

Marques (2023) chama a atenção para a fala de Beatriz Nascimento quando esta diz que a criação dos quilombos não pode ser entendida como uma rebelião espontânea contra o sistema escravocrata. "O processo de criação dos quilombos envolveu articulações inusitadas, operações de redisposição constante de gestos, corpos, palavras e espaços, que precisaram ser rearranjados em uma composição capaz de permitir a fuga e, junto com ela, a produção de um refúgio" (Marques, 2023, p. 66). De modo que o quilombo é "Fruto de um trabalho de organização política e social que exigiu grande articulação dos escravizados para dar início a uma forma de vida insurgente [...]" (Marques, 2023, p. 66).

Com base em Beatriz Nascimento, Marques (2023, p. 68) também ressalta que a fuga resultava de um "complexo processo de preparo, reunião e combinação de saberes, astúcias e inventividades que [...] [tinha] início ainda nas fazendas [...]. Em suas limitadas e vigiadas interações, eram tramadas rotas, possibilidades para escapar [...] em direção a uma outra forma de vida". Já no final do século XIX, registra Beatriz Nascimento, o quilombo recebeu o significado de "instrumento ideológico contra as formas de opressão, [...] sendo que sua mística [...] [alimentou] o sonho de liberdade de milhares de escravos das plantações em São Paulo [...] através da retórica abolicionista" (Nascimento, 1985, p. 46). De modo que, já naquela época os quilombos passaram de instituição em si para sinônimo de resistência física e cultural do e para o povo negro.

No século XX, tendo terminado – pelo menos oficialmente – o regime escravocrata, o quilombo passou a ser visto como algo maior: alimento para os anseios de liberdade da consciência nacional, considera Beatriz Nascimento. Tal ideia está posta em seus estudos por enxergar o quilombo para além de um lugar para se viver; ela considera que o quilombo deve ser tratado como um movimento de âmbito social e político apresentado de formas variadas para a sociedade. Formas que, juntas, podem ser compreendidas como a história do povo negro no Brasil.

> [...] em 1970 o quilombo volta como código reagente ao colonialismo cultural, reafirma a herança africana e busca um modelo brasileiro capaz de reforçar a identidade étnica. [Desde então,] Toda a literatura e a oralidade histórica sobre quilombos impulsionaram esse movimento [...] [de] revisão de conceitos históricos estereotipados. [...]. Quilombo passou a ser sinônimo de povo negro, sinônimo de comportamento do negro e esperança para uma melhor sociedade. Passou a ser sede interior e exterior de todas as formas de resistência cultural (Nascimento, 1985, p. 47).

No entanto, longe de fomentar "um romantismo irresponsável", Beatriz Nascimento deixa evidente que "O quilombo está longe de ser o lugar de felicidade, a sociedade ideal, a utopia [...]" (Nascimento, 2022, p. 125), pois havia altos e baixos dentro da organização. O que, no entanto, não lhe tira a importância como locais de "tentativas vitoriosas de reação ideológica, social, político-militar" (Nascimento, 2021, p. 130), reiterando que se trata de um "Sistema social alternativo, baseado na autodefesa e na resistência como forma política" (Nascimento, 2021, p. 116).

Abdias do Nascimento, por sua vez, reafirma que "Quilombo não significa escravo fugido. Quilombo quer dizer reunião fraterna e livre, solidariedade, convivência, comunhão existencial" (Nascimento, 1980, p. 263). O termo quilombo, como sugere Beatriz Nascimento, deve ser usado no sentido de agregar, de comunidade, de luta, com os negros "se reconhecendo [como] pessoas que realmente devem lutar por melhores condições de vida na medida em que fazem parte dessa sociedade" (Nascimento, 1977, p. 16 *apud* Vinhas, 2018, p. 284). Para a estudiosa tudo, "de atitude a associação, seria quilombo, desde que [busque] [...] maior valorização da herança negra" (Nascimento, 1985, p. 47).

QUILOMBISMO COMO MOVIMENTO SOCIAL AMPLO E PERMANENTE

O quilombismo, na definição do Dicionário Afro-Brasileiro, é um movimento sócio-histórico e político de luta formado por pessoas negras e indígenas, cujo início remete ao regime escravocrata no Brasil (Lopes, 2006). Na definição de Abdias Nascimento, o quilombismo é um movimento cujo primeiro propósito seria a implantação de um Estado Nacional Quilombista inspirado no modelo da República dos Palmares. Na obra onde estão eternizadas as ideias de Abdias Nascimento sobre o tema, "O quilombismo: documentos de uma militância pan-africanista" (1980), o estudioso vai além da discussão teórica sobre o tema, particularmente no capítulo nomeado "Quilombismo: um conceito científico emergente do processo histórico cultural das massas afro-brasileiras", onde registra princípios e propósitos para a criação do Estado Nacional Quilombista como forma de ampliar a práxis do quilombismo. Dentre eles estão:

> [...] 2. O Estado Nacional Quilombista tem sua base numa sociedade livre, justa, igualitária e soberana. O igualitarismo democrático quilombista é compreendido no tocante à raça, economia, sexo, sociedade, religião, política, justiça, educação, cultura, enfim, em todas as expressões da vida em sociedade. O mesmo igualitarismo se aplica a todos os níveis de Poder e de instituições públicas e privadas. 3. A finalidade básica do Estado Nacional Quilombista é a de promover a felicidade do ser humano. Para atingir sua finalidade, o quilombismo acredita numa economia de base comunitário cooperativista no setor da produção, da distribuição e da divisão dos resultados do trabalho coletivo. [...] 11. A revolução quilombista é fundamentalmente antiracista, anticapitalista, antilatifundiária, antiimperialista e antineocolonialista (Nascimento, 1980, p. 275-277).

O estudioso considera que o fundador do movimento quilombista foi Zumbi de Palmares (Nascimento, 1980), pois ele foi o primeiro a instaurar "um Estado africano no Brasil [...], [a] república palmarina, unindo quilombolas em torno da resistência e da luta" (Vinhas, 2018, p. 277). O Estado Nacional Quilombista sonhado por Abdias Nascimento não foi implantado, mas, como ele afirma: "O modelo quilombista vem atuando como idéia-força, energia que inspira modelos de organização dinâmica desde o século XV. Nessa dinâmica [...], o quilombismo está em constante reatualização, atendendo exigências do tempo histórico e situações do meio geográfico" (Nascimento, 1980, p. 256). Assim, o modelo, como ideia, continuou ativo ao longo de todos esses anos permeando diversos movimentos e instituições do povo negro.

> Percebe-se o ideal quilombista difuso, porém consistente, permeando todos os níveis da vida negra e os mais recônditos meandros e/ou refolhos da personalidade afro-brasileira. Um ideal forte e denso que via de regra permanece reprimido pelas estruturas dominantes, outras vezes é sublimado através dos vários mecanismos de

> defesa fornecidos pelo inconsciente individual ou coletivo (Nascimento, 1980, p. 257).

Abdias do Nascimento registra que a multiplicação dos quilombos, na época do surgimento da instituição, fez dele um autêntico movimento amplo e permanente. Movimento que, apesar de ter sido iniciado de forma, aparentemente, acidental e esporádica, rapidamente se transformou "em metódica e constante vivência dos descendentes de africanos que se recusavam à submissão, à exploração e à violência do sistema escravista" (Nascimento, 1980, p. 255). Para o estudioso, a forma inicial revelada, do quilombo como lugar para viver, de forma livre e com práticas comunitárias – modelo então considerado ilegal, por romper com o sistema escravista e desafiar o poderio do senhor de escravos – é apenas uma face do que o autor denomina quilombismo. Trata-se, pois, de um movimento que, desde o início, era estruturado

> [...] em formas associativas que tanto podiam estar localizadas no seio de florestas de difícil acesso que facilitava sua defesa e sua organização econômico-social própria, como também assumiram modelos de organizações permitidas ou toleradas, freqüentemente com ostensivas finalidades religiosas (católicas), recreativas, beneficentes, esportivas, culturais ou de auxílio mútuo (Nascimento, 1980, p. 255).

Dentre as formas associativas permitidas e toleradas, que também são lugares de resistência física e cultural, Abdias do Nascimento afirma que estão – cada uma a seu tempo e sendo constituída ao longo dos anos – associações, irmandades, confrarias, clubes, grêmios, terreiros, centros, tendas, afoxés, escolas de samba e gafieiras (Nascimento, 1980). Beatriz Nascimento, em seus estudos, inclui, nesta lista, mais duas derivações do quilombo que surgiram no período pós-abolição: as comunidades negras rurais e as favelas – as quais, assim como o racismo estrutural, também são frutos da ausência de ação positiva, por parte dos governos, a favor do povo negro após a publicação da lei da abolição da escravatura no Brasil. A estudiosa considera que as comunidades negras rurais e as favelas são espaços de continuidade histórica dos quilombos e também atuam "como [lugar] perpetuador da organização de núcleos negros frente às adversidades sociais, culturais, políticas, econômicas, militares" (Vinhas, 2018, p. 283).

Para Abdias do Nascimento todas estas formas ora citadas são os quilombos que foram sendo legalizados pela sociedade dominante ao longo das décadas, sendo que "tanto os [quilombos] permitidos quanto os 'ilegais' foram uma unidade, uma única afirmação

humana, étnica e cultural, a um tempo integrando uma prática de libertação e assumindo o comando da própria história" (Nascimento, 1980, p. 255). A este complexo de significações, esta práxis afro-brasileira, o autor chama de quilombismo.

E é a partir dos estudos de Beatriz Nascimento e de Abdias do Nascimento que se acredita que há espaço para que se insira formas mais contemporâneas de associação do povo negro na práxis do quilombismo, contribuindo para uma atualização – quiçá ressignificação – da ideia de quilombo. Passando a observá-lo, nos tempos atuais, como um lugar onde o povo negro pode imergir, conhecer e deleitar-se da cultura afro-brasileira, reverenciando sua ancestralidade e mantendo vivo seu legado, bem como letrando-se.

PODCAST POR/PARA O POVO NEGRO: UM "QUILOMBO MODERNO"

O *podcast* – termo derivado de *podcasting*, que, por sua vez, nasceu na junção dos termos *Ipod* e *broadcasting* (Luiz, 2014), em suma, é uma mídia que para ser produzida não necessita de equipamentos caros, tampouco de estúdio ou pessoal técnico especializado. Por outro lado, por ser distribuído de modo digital, via internet, possui longo alcance e pode ser consultado/ouvido de maneira flexível, ou seja, a qualquer hora e lugar, pela pessoa interessada (Silva; Ferreira, 2019). Podendo ser utilizado, então, como "[...] um mecanismo de produção informacional [...] [e] mais um artefato de combate ao racismo e às diversas violências correlatas" (Silva; Ferreira, 2019, p. 116-117).

Os *podcasts* não são uma mídia tão nova – sua criação é de 2004, mas sua disseminação ainda é recente: no Brasil foi registrado um grande crescimento do uso do formato em 2018 e seu fortalecimento no país se deu no período da pandemia de covid-19 (Silva; Santos, 2023). Já se constatou que há presença do povo negro, divulgando temas que lhes são caros a partir do seu ponto de vista, em meio aos canais desta mídia digital: entre dezembro de 2022 e outubro de 2023 as pesquisadoras Silva e Santos (2023) catalogaram 55 *podcasts* produzidos por e/ou para pessoas negras no Brasil, com presença em todas as cinco regiões brasileiras.

Assim, a partir de Abdias do Nascimento e de Beatriz Nascimento, cujos textos sugerem enfrentamentos ao racismo e aos seus efeitos nefastos desde a década de 1970, é que se propõe observar os *podcasts* produzidos por e para o povo negro como um lugar para aquilombamento na contemporaneidade, mesmo que um lugar virtual, ao lado de outras manifestações que simbolizam a resistência do povo negro – tais como as rodas de capoeira,

os sambas de roda, os grupos de estudos afro, os bailes *blacks* e outras –, e que também podem ser chamadas de “quilombos modernos”. Lugares onde é possível atender ao chamado de Abdias do Nascimento e que, como diz Beatriz Nascimento, podem atuar de forma semelhante ao quilombo, “um local onde a liberdade era praticada, onde os laços étnicos e ancestrais eram revigorados" (Nascimento, 1979, p. 17 *apud* Nascimento, 1980, p. 256).

> Os quilombolas dos séculos XV, XVI, XVII, XVIII e XIX nos legaram um patrimônio de prática quilombista. Cumpre aos negros atuais manter e ampliar a cultura afro-brasileira de resistência ao genocídio e de afirmação da sua verdade. Um método de análise, compreensão e definição de uma experiência concreta, o quilombismo expressa a ciência do sangue escravo, do suor que este derramou enquanto pés e mãos edificadores da economia deste país. Um futuro de melhor qualidade para a população afro-brasileira só poderá ocorrer pelo esforço enérgico de organização e mobilização coletiva, tanto da população negra como das suas inteligências e capacidades escolarizadas [...] (Nascimento, 1980, p. 264).

Cabe ressaltar que o que se chama de “quilombo moderno” não necessariamente é um lugar como território geográfico, mas espaços – físicos ou virtuais, onde se identifica o caráter de resistência negra. E é neste sentido que se propõe que o *podcast* é, ou pode ser, um espaço de “quilombo moderno”; um lugar que ainda é de resistência, mas agora uma resistência estratégica, que remonta à função social de dar suporte ao povo negro para avançar mais, em todos os campos, a partir de abordagens históricas, culturais, gastronômicas e ancestrais. E onde se inclui tanto o processo de letramento informacional quanto o racial.

Letramento racial ainda tão necessário, pois, mesmo que pretos e pardos componham a maior parcela da população brasileira, conforme dados do último censo (Brasil, 2022), muitos destes sujeitos ainda estão sob efeito dos males do período colonial/escravocrata, seja negando, seja em processo de construção de suas identidades. Um processo decorrente do racismo estrutural que vivenciamos na sociedade brasileira. Este, que, por sua vez, é resultado da ausência de medidas governamentais, imediatas e posteriores, para promover a igualdade racial e restituir, aos indivíduos negros, a possibilidade de sua inserção na sociedade como cidadãos, o que levou estes indivíduos à trajetória de opressão e exclusão histórica que vivenciamos ainda hoje, como bem pontua Pinheiro (2021). De modo que, “se faz ainda necessário o desenvolvimento de quilombos, no

sentido de luta política por espaços que pertencem à população negra por direito, buscando romper com a manutenção do racismo estrutural" (Pinheiro, 2021, p. 91).

Esta fala de Pinheiro (2021) faz eco à proposta de Beatriz Nascimento de continuidade histórica dos quilombos por meio das diversas formas de associação que se tem hoje.

> [...] para Beatriz Nascimento (1982d), o quilombo na atualidade não teria a forma do passado, ou seja, não seria mais a experiência empírica do sistema social alternativo protagonizado por negros dentro do sistema de dominação colonial. O quilombo contemporâneo seria o instrumento ideológico que orientaria a luta do negro na sua autoafirmação e autocompreensão (Vinhas, 2018, p. 284).

De modo que o quilombo de hoje é uma consciência, uma ideologia, tendo em vista que, como pontua Beatriz Nascimento, após a abolição do trabalho escravo, não se documenta mais o processo do quilombo, mas ele se interiorizou nas práticas e condutas dos descendentes livres. E "Sua mística percorre a memória da coletividade negra e nacional, não mais como guerra bélica declarada, mas como um esforço de combate pela vida" (Nascimento, 1982, p. 4 *apud* Vinhas, 2018, p. 284). Assim, "a importância dos quilombos na atualidade estaria na participação de um universo simbólico cujo caráter libertário seria o impulsionador ideológico para afirmação racial e cultural dos negros" (Vinhas, 2018, p. 284), o que pode ser observado no que Abdias Nascimento chama de quilombismo.

Quilombismo como a prática de se reunir, presencial ou virtualmente, para construir, fortalecer, divulgar a cultura e a história do povo negro, de hoje e de ontem, de forma descolada do período da escravatura, fugindo da história única que nos foi/é contada pelos livros didáticos. Remetendo aqui à Chimamanda Ngozi Adichie, quando ela fala, em uma palestra, sobre o perigo de se conhecer apenas um lado dos fatos, sendo que as histórias únicas costumam surgir como versões contadas por quem tem mais poder (Chimamanda [...], 2009).

A discussão que aqui tem início – dos *podcasts* como quilombos modernos – encontra eco no trabalho de Andrade (2023). A autora propõe o conceito de aquilombamento virtual midiático como perspectiva metodológica para a compreensão das chamadas "mídias negras" no ambiente digital, desde sua necessidade, passando pela sua lógica, composição e foco. Conforme a autora, "Aquilombar-se é um instrumento eficaz para legitimar o direito à existência e fraternidade dos negros no Brasil". E "O aquilombamento

virtual midiático [...] é uma ação que opera metodologicamente na práxis da união negra, quando os aparatos digitais servem de instrumento logístico e orgânico para a mobilização" (Andrade, 2023, p. 122). Assim, analisar a experiência dos *podcasts* desenvolvidos e dirigidos ao povo negro brasileiro a partir de um olhar que contemple sua práxis histórica e social parece ser mais adequado, pois, como bem ressalta, Andrade (2023, p. 115), "interpretá-las à luz do instrumental metodológico tradicional embute o elevado risco de se produzirem análises afetadas pela perspectiva colonial".

ALGUMAS CONSIDERAÇÕES

O conceito teórico de aquilombamento virtual midiático proposto por Andrade (2023) dá margem para analisar os *podcasts* pela ótica da produção de narrativas não subalternizantes. Isto tendo em vista que, como bem observam Trigo e Borges (2022), os *podcasts* produzidos por e para pessoas negras, para além de serem um canal privilegiado de acesso à informação, de trocas e de empatia, compreendem um contexto propício para a transformação daqueles que buscam sua identidade – assim como são os quilombos e, por extensão, é a prática do quilombismo.

Em seus escritos Abdias do Nascimento não só incentiva o movimento quilombista, como também reclama o protagonismo histórico do povo negro em diversas áreas do conhecimento, desde África até os afrodescendentes nas Américas – o que remete a outro termo: afrocentricidade[8], que, por ora, não será abordado. À África foi negada – e ainda é, por meio do racismo, o reconhecimento de sua contribuição na constituição da ordem global; aos escravizados e aos afrodescendentes foram negadas a liberdade, a cidadania, a dignidade.

Um processo com força tão grande que ainda hoje, século XXI, o povo negro busca reconhecimento, autoconhecimento e restauração de sua ancestralidade – aqui falando particularmente do cenário brasileiro. Em uma busca que, na definição de Juninho Junior, no site Alma Preta, não deve ser individual, mas sim coletiva; e por meio do aquilombamento, pois é preciso estarmos irmanados, agindo coletivamente e estrategicamente.

[8] A afrocentricidade é uma proposta teórica do afro-estadunidense Molefi Kete Asante, professor na Universidade de Temple, Filadélfia, divulgada a partir de sua obra "Afrocentricity: the theory of social change", publicada em 1980. Antes dele o senegalês Cheikh Anta Diop já havia publicado textos na perspectiva afrocentrada, porém, sem usar este termo diretamente. "No cerne da ideia afrocêntrica está a afirmativa de que nós africanos devemos operar como agentes autoconscientes, não mais satisfeitos em ser definidos e manipulados de fora" (Mazama, 2009, p. 111).

“Aquilombar-se na atualidade é estabelecer o Autocuidado, construir espaço coletivos de afeto, de acolhimento, de escuta, de sociabilidade, de sentidos coletivos, de fortalecimento de laços, memórias e constituição de uma identidade” (Juninho Junior, 2019).

Veloso e Andrade (2021) observam que o termo quilombo é tão significativo para o povo negro no Brasil que foi transformado em verbo: aquilombar. Aquilombar-se seria, então, “o ato de se unir para existir não só fisicamente, mas nas demais dimensões do humano. É (re)educar, dialogar, compartilhar, enfrentar, coconstruir. [...]. Aquilombar é conectar em rede” (Veloso; Andrade, 2021, p. 173). No caso da pesquisa em andamento, conectar-se por meio de *podcasts* produzidos por e para pessoas negras. E, considerando o que diz Conceição Evaristo (Em textos [...], 2019): é preciso nos aquilombar de onde estamos, pois aquilombar-se é atemporal.

REFERÊNCIAS

A FORMAÇÃO de Angola e as resistências africanas. *In*: ENCONTRO ESTADUAL DE HISTÓRIA, 8., 2016, Feira de Santana. **Anais eletrônicos** [...]. Feira de Santana: ANPUH, 2016. Disponível em: https://www.encontro2016.bahia.anpuh.org/resources/anais/49/1476981752_ARQUIVO_FormacaodeAngolaeasResistenciasAfricanas.pdf. Acesso em: 17 set. 2024.

ANDRADE, Alice Oliveira de. **Aquilombamento virtual midiático**: uma proposta teórico-metodológica para o estudo das mídias negras. Orientadora: Maria do Socorro Furtado Veloso. 2023. Tese (Doutorado em Estudos da Mídia) - Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2023. Disponível em: https://repositorio.ufrn.br/bitstream/123456789/54903/1/Aquilombamentovirtualmidiatico_Andrade_2023.pdf. Acesso em: 20 jun. 2024.

BRASIL. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Censo 2022**: pela primeira vez, desde 1991, a maior parte da população do Brasil se declara parda. Rio de Janeiro: IBGE, 2022. Disponível em: https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/38719-censo-2022-pela-primeira-vez-desde-1991-a-maior-parte-da-populacao-do-brasil-se-declara-parda. Acesso em: 20 jun. 2024.

CHIMAMANDA Adichie: o perigo de uma única história. [*S. l.*: *s. n.*], 2009. 1 vídeo (19 min 16 s). Publicado pelo canal TED. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=D9Ihs241zeg. Acesso em: 30 set. 2024.

EM TEXTOS inéditos escritores expressam desejos para 2020. **O Globo**, Rio de Janeiro, 31 dez. 2019. Cultura. Disponível em: https://oglobo.globo.com/cultura/em-textos-ineditos-escritores-expressam-desejos-para-2020-1-24165702. Acesso em: 28 set. 2024.

GASQUE, Kelley Cristine Gonçalves Dias. **Letramento informacional**: pesquisa, reflexão e aprendizagem. Brasília: Universidade de Brasília, Faculdade de Ciência da Informação, 2012. *E-book*. Disponível em: https://repositorio.unb.br/handle/10482/13025. Acesso em: 27 nov. 2023.

JUNINHO JUNIOR. É tempo de se aquilombar. **Alma Preta**, São Paulo, 30 abr. 2019. Disponível em: https://almapreta.com.br/sessao/quilombo/e-tempo-de-se-aquilombar. Acesso em: 30 set. 2024.

LOPES, Nei. **Dicionário escolar afro-brasileiro**. São Paulo: Summus, 2006.

LUIZ, Lucio. A história do podcast. *In*: LUIZ, Lucio (org.). **Reflexões sobre o podcast**. Nova Iguaçu (RJ): Marsupial Editora, 2014. p. 9-14.

MARQUES, Ângela Cristina Salgueiro. Zonas de articulação, refazimento e refúgio nas poéticas emancipatórias de Beatriz Nascimento, Rancière, Mondzain e Touam Bona. **Revista do Instituto de Estudos Brasileiros**, São Paulo, n. 86, p. 65-84, dez. 2023. DOI 10.11606/issn.2316-901X.v1i86p65-84. Disponível em: https://www.revistas.usp.br/rieb/article/view/220298/201194. Acesso em: 30 set. 2024.

MAZAMA, Ama. Afrocentricidade como um novo paradigma. *In*: NASCIMENTO, Elisa Larkin. **Afrocentricidade**: uma abordagem epistemológica inovadora. São Paulo: Selo Negro, 2009. (Coleção Sankofa, v. 4). p. 111-127.

MUNANGA, Kabengele. Origem e histórico do quilombo na África. **Revista USP**, São Paulo, n. 28, p. 56-63, 1996. DOI 10.11606/issn.2316-9036.v0i28p56-63. Disponível em: http://www.revistas.usp.br/revusp/article/view/28364. Acesso em: 10 maio 2020.

NASCIMENTO, Abdias do. **O quilombismo**: documentos de uma militância pan-africanista. 1. ed. Petrópolis (RJ): Vozes, 1980.

NASCIMENTO, Beatriz. O quilombo e a resistência cultural negra. **Afrodiáspora**, Rio de Janeiro, n. 3, v. 6/7, p. 41-49, 1985. Disponível em: https://ipeafro.org.br/acervo-digital/leituras/publicacoes-do-ipeafro/afrodiaspora-vol-6-e-7/. Acesso em: 20 set. 2023.

NASCIMENTO, Beatriz. **Uma história feita por mãos negras**. Rio de Janeiro: Zahar, 2021.

NASCIMENTO, Beatriz. **O negro visto por ele mesmo**. São Paulo: Ubu Editora, 2022.

PINHEIRO, Nayane Larissa Vieira. O quilombismo na literatura africana e afro-brasileira: uma perspectiva identitária na educação escolar. *In*: EQUIDADE racial na educação básica: artigos científicos. São Paulo: Itaú Social; CEERT, 2021. p. 88-109. *E-book*. Disponível em: https://editalequidaderacial.ceert.org.br/pdf/Artigos/completo.pdf. Acesso em: 30 set. 2024.

RATTS, Alex. **Eu sou atlântica**: sobre a trajetória de vida de Beatriz Nascimento. São Paulo: Instituto Kuanza; Imprensa Oficial do Estado de São Paulo, 2007.

ROJO, Roxane; MOURA, Eduardo. **Letramentos, mídias, linguagens**. São Paulo: Parábola, 2019. (Linguagens e tecnologia, 7).

SCHUCMAN, Lia Vainer. O branco e a branquitude: letramento racial e formas de desconstrução do racismo. **Portuguese Literary & Cultural Studies**, Dartmouth, n. 34/35, p. 171-189, 2022. Disponível em: https://ojs.lib.umassd.edu/index.php/plcs/article/view/PLCS34_35_Schucman_page171/1333. Acesso em: 18 dez. 2023.

SILVA, Dávila Maria Feitosa da; FERREIRA, Rodolfo Gabriel Santana. O uso do podcast na disseminação de informações étnico-raciais. **Folha de Rosto**: Revista de Biblioteconomia e Ciência da Informação, Cariri (CE), v. 5, n. esp., p. 109-117, 2019. Disponível em: https://periodicos.ufca.edu.br/ojs/index.php/folhaderosto/article/view/463/409. Acesso em: 15 dez. 2022.

SILVA, Marcos Fabrício Lopes da. Educação e letramento racial. **Boletim UFMG**, Belo Horizonte, n. 2081, ano 46, 18 nov. 2019, p. 2. Disponível em: https://ufmg.br/comunicacao/publicacoes/boletim/edicao/2081/educacao-e-letramento-racial. Acesso em: 18 set. 2024.

SILVA, Rose Mendes da; SANTOS, Andréa Pereira dos. *Podcast*: meio para letramento 'info-racial' e ampliação das vozes negras. *In*: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, 23., 2023, São Cristóvão (SE). **Anais eletrônicos** [...]. São Cristóvão (SE): ANCIB, 2023. Disponível em: https://enancib.ancib.org/index.php/enancib/xxxiiienancib/paper/viewFile/1533/1156. Acesso em: 20 jun. 2024.

TRIGO, Clara Faria; BORGES, Gabriela Borges. Vidas Negras e História Preta: podcasts dão voz ao invisível. *In*: ENCONTRO DE ESTUDOS MULTIDISCIPLINARES EM CULTURA, 18., 2022, Salvador. **Anais eletrônicos** [...]. Salvador: UFBA, 2022. Disponível em: http://www.enecult.ufba.br/modulos/submissao/Upload-607/139055.pdf. Acesso em: 19 dez. 2022.

VELOSO, Maria do Socorro Furtado; ANDRADE, Alice Oliveira de. Aquilombamento virtual midiático: uma estratégia metodológica para o estudo das mídias negras. **Alceu**, Rio de Janeiro, v. 21, n. 44, p. 172-189, maio/ago. 2021. DOI 10.46391/ALCEU.v21.ed44.2021.247. Disponível em: https://revistaalceu.com.puc-rio.br/alceu/article/view/247/230. Acesso em: 19 jun. 2024.

VINHAS, Wagner. Revisitando Maria Beatriz Nascimento: a continuidade histórica entre os sistemas sociais negros do passado e os assentamentos em favelas urbanas e comunidades rurais da atualidade. **Revista da ABPN**, [*s. l.*], v. 10, n. 25, p. 271-293, mar./jun. 2018. DOI 10.31418/2177-2770.2018.v10.n.25.p271-293. Disponível em: https://abpnrevista.org.br/site/article/view/616/544. Acesso em: 19 jun. 2024.

O(s) autor(es) é(são) responsável(is) pela fidedignidade dos dados apresentados.

SAÚDE MENTAL NO BRASIL: ESTUDO DA CIRCULAÇÃO DE INFORMAÇÕES NO PERÍODO DE 2010-2019 NA REDE SOCIAL X

Geovana Pereira Correia[1]
Douglas Farias Cordeiro[2]

RESUMO

O estudo analisa a *hashtag #saudemental* na rede social X entre 2010 e 2019. Instrumentalizada por análise de conteúdo e análise de sentimentos, a pesquisa revelou uma rede complexa de emoções, onde emoções positivas apresentaram conexões ao autocuidado e ao apoio psicológico, que indicam uma crescente conscientização, enquanto os sentimentos negativos refletiram, sobretudo, sofrimento emocional significativo. Esses achados destacam a dualidade nas percepções sobre saúde mental na plataforma.

Palavras-chave: Saúde mental; rede social X; análise de sentimentos; doenças mentais.

TITLE IN ENGLISH: SUBTITLE IN ENGLISH

ABSTRACT

The study analyzed the hashtag #mentalhealth on the social network X between 2010 and 2019. Instrumented by content analysis and sentiment analysis, the research revealed a complex network of emotions, where positive emotions presented connections to self-care and psychological support, indicating a growing awareness, while negative feelings reflected, above all, significant emotional distress. These findings highlight the duality in perceptions about mental health on the platform.

Keywords: Mental health; Social network X; Sentiment analysis; Mental illnesses.

INTRODUÇÃO

A revolução tecnológica nas últimas décadas propiciou novas formas de comunicação que transformaram a maneira como os indivíduos interagem e compartilham informações. As redes sociais digitais, em particular, emergiram como espaços dinâmicos e democráticos, onde práticas sociais se entrelaçam com o cotidiano das pessoas, dando origem ao que conhecemos como cultura digital (Bortolazzo, 2016). Nesse contexto, a facilidade de acesso à informação não apenas ampliou o capital social, mas também possibilitou que temas relevantes, como a saúde mental, ganhassem visibilidade e fossem discutidos de maneira mais aberta.

[1] Mestranda em Comunicação e Graduada em Gestão da Informação, Faculdade de Informação e Comunicação, Universidade Federal de Goiás. Bolsista da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de Goiás (FAPEG). E-mail: geovanacorreia@discente.ufg.br.
[2] Doutor em Ciência da Computação e Matemática Computacional, USP. Professor, Universidade Federal de Goiás. cordeiro@ufg.br.

No Brasil, a saúde mental desponta como uma questão urgente. De acordo com a Organização Mundial da Saúde (OMS), o país ocupa posições alarmantes em índices de transtornos mentais, com cerca de 5,8% da população sofrendo de depressão e 9,3% enfrentando ansiedade (SAMP, 2021). Esse cenário é ainda mais preocupante quando se considera que a depressão e a ansiedade estão entre as manifestações de sofrimento mais prevalentes na população, impactando diretamente a qualidade de vida e as relações sociais (Carlotto; Câmara, 2015). Em meio a essas estatísticas, as redes sociais se tornaram plataformas vitais para a manifestação e o compartilhamento de experiências relacionadas à saúde mental, permitindo que os usuários explorem suas vivências, busquem apoio e troquem informações.

Neste sentido, o presente artigo propõe-se investigar a circulação de informações sobre saúde mental na rede social X, utilizando a *hashtag #saudemental* como objeto de análise. Para tal, foram coletadas 28.800 publicações entre 2010 e 2019, a fim de compreender como as discussões sobre saúde mental evoluíram ao longo dessa década. A análise, fundamentada em metodologias como Knowledge Discovery in Databases, análise de conteúdo e análise de sentimentos, permitirá identificar padrões emocionais, assim como a prevalência de discursos positivos e negativos sobre o tema.

Ademais, é essencial considerar que a saúde mental é definida não apenas como a ausência de transtornos, mas também como um estado de bem-estar que capacita os indivíduos a lidar com as adversidades da vida cotidiana (WHO, 2014). Com isso, este estudo se insere em um debate mais amplo, que não apenas destaca os desafios enfrentados, mas também valoriza a importância do autocuidado e da busca por apoio psicológico. Através dessa análise, buscou-se contribuir para uma compreensão mais profunda das interações sociais contemporâneas, ressaltando a relevância da saúde mental como um aspecto fundamental da vida no século XXI.

REFERENCIAL TEÓRICO

Com o surgimento e estabelecimento de novas tecnologias na sociedade, novas formas de comunicação surgiram, facilitando o acesso ao conhecimento, ao estudo e a comunicação (Souza; Cunha, 2019). Sendo assim, a sociedade inseriu em seu cotidiano diversas tecnologias que possibilitaram que a comunicação fosse rápida e instantânea, ocasionando, assim, uma geração maior de dados advindos da acessibilidade de acesso às

tecnologias. Além do mais, essas novas possibilidades permitiram que os indivíduos apresentassem comportamentos e significações que permite a afirmação de identidades em um universo de cultura digital (Levin; Mamlok, 2021).

Neste cenário, é de grande relevância o estudo das redes sociais digitais enquanto meios de manifestação sobre o tema da saúde mental no Brasil. De acordo com um levantamento realizado pela empresa NordVPN sobre os hábitos digitais dos brasileiros, a população do país passa, em média, quatro dias inteiros por semana totalmente conectada, que, somados, totalizam 197 dias por ano.[3] Dessa forma, nota-se que as redes digitais são fatores preponderantes para a compreensão e ampliação de capital social na sociedade contemporânea (Costa, 2005).

Neste contexto, a fim de ter uma intersecção entre saberes científicos é necessário a conceitualização de saúde mental. Que de acordo com a OMS, saúde mental consiste em "um estado de bem-estar no qual um indivíduo percebe suas próprias habilidades e pode lidar com os estresses cotidianos, pode trabalhar produtivamente e é capaz de contribuir para sua comunidade" (WHO, 2014). Sob outra ótica, a Biblioteca Virtual de Saúde, em consonância com a OPAS, define saúde mental como sendo o

> bem-estar emocional, psicológico e social de um indivíduo ou grupo, impactando diretamente no corpo, economia, educação, saúde, política, etnologia, ética, história, legislação, jurisprudência, estatística, transformação social, natureza, normas e tendências, assim como todos os artefatos e segmentos que compõem a mobilização da vida, complexo de quantificar ou qualificar entre linhas. (Biblioteca Virtual em Saúde, 2022).

E com o desenvolvimento de estudos nessa área científica, notou-se que a saúde mental é considerada um aspecto chave para as relações, bem-estar pessoal e emocional (APA, 2018).

Em contraponto ao conceito de saúde mental, está o conceito de transtornos mentais que são alterações do modo de pensar e do humor, em uma ou mais esferas da vida, englobando aspectos econômico, social, político e cultural (Silva *et al.*, 2012). Neste sentido, foi criada em 1992, por Goldberg e Huxley, a expressão Transtornos Mentais Comuns (TMC), que se refere a sintomas como insônia, fadiga, irritabilidade,

[3] Brasileiros passam mais da metade de suas vidas na internet, estima pesquisa. Disponível em: https://www.techtudo.com.br/noticias/2022/05/brasileiros-passam-mais-da-metade-de-suas-vidas-na-internet-estima-pesquisa.ghtml. Acesso em: 20 de set. de 2024.

esquecimento, dificuldade de concentração e queixas somáticas (Goldberg; Huxley, 1992). Assim, os TMCs são o conjunto de sintomas não psicóticos que se desembocam em quadros subclínicos de ansiedade, depressão, estresse, insônia, fadiga, irritabilidade, esquecimento, dificuldade de concentração e queixas somáticas que propiciam situações de sofrimento mental (Murcho; Pacheco; Jesus, 2016; Ludermir; Melo Filho, 2002).

Conforme o relatório da OMS sobre saúde mental no século XXI, quase 1 bilhão de pessoas enfrentaram transtornos mentais em 2019, sendo 14% desse total são adolescentes. O documento também revela que pessoas com condições severas de saúde mental têm uma expectativa de vida que, em média, é de 10 a 20 anos inferior à do restante da população, principalmente devido a doenças físicas que poderiam ser evitadas. No Brasil, o transtorno de ansiedade se destaca como uma das principais causas de afastamento do trabalho entre os transtornos mentais e comportamentais (Fernandes *et al.*, 2017).

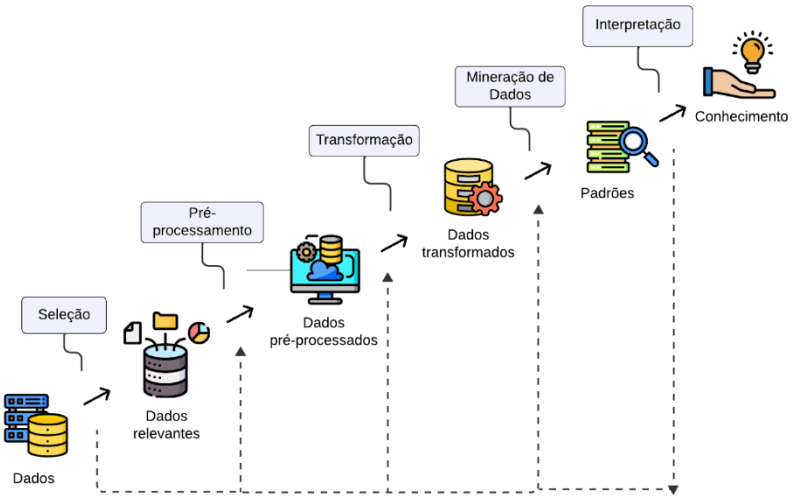
Portanto, mediante as conceituações sobre o contexto que a sociedade está inserida e sobre as definições de saúde mental e transtornos mentais, esta temática é de extrema relevância para analisar os indivíduos do século XXI. Assim, reafirma a relevância da frase do diretor-geral da OMS, Tedros Ghebreyesus, que diz "investir na saúde mental é investir em vida e futuro melhor para todos"[4].

METODOLOGIA

A partir dos estudos bibliográficos que circundam a temática saúde mental e com o intuito de analisar a hashtag #saudemental no X, notou-se a necessidade de sedimentar os dados obtidos por meio de um instrumento metodológico que assim sistematize e analise as publicações que compõem o estudo. Neste sentido, foi utilizado a Descoberta do Conhecimento em Bases de Dados (*Knowledge Discovery in Databases - KDD*), que aplica uma solução para geração de informações e exploração analítica de dados de redes sociais sob diferentes contextos (Vieira; Cordeiro, 2019; Cordeiro *et al*., 2022).

Figura 1- Etapas do processo KDD

[4] 1 bilhão de pessoas vivem com algum transtorno mental, afirma OMS. Disponível em: https://news.un.org/pt/story/2022/06/1792702#:~:text=Para%20Tedros%2C%20%E2%80%9Cinvestir%20na%20sa%C3%BAde,globais%20para%20transformar%20o%20setor. Acesso em: 20 de set. de 2024.



Fonte: Adaptação Fayyad *et al.*, 1996.

Neste sentido, o principal objetivo do processo KDD será extrair o conhecimento a partir de informações não interpretadas dos dados, que sejam utilizados para a tomada de decisão, com auxílio de métodos, algoritmos e técnicas de diferentes áreas científicas (Oliveira *et al.*, 2021). Dentro deste instrumento metodológico, se utilizará a Análise de Sentimentos e a Análise de Conteúdo, para analisar-se com maior profundidade as publicações que constituem os dados do estudo.

Primeiramente, a análise de sentimentos pode ser entendida como a avaliação da opinião expressa em um texto, podendo esta ser classificada como positiva, negativa ou neutra. Além disso, é possível categorizar essa opinião em diferentes emoções, como alegria, medo, felicidade, raiva, tristeza ou ódio (Karamibekr; Ghorbani, 2012; Jambhulkar; Nirkhi, 2014). Segundo Tsytsarau e Palpanas (2012), esta análise envolve a identificação da polaridade do sentimento, atribuindo uma conotação positiva ou negativa ao texto em questão. Para o presente estudo, utiliza-se uma abordagem baseada no VADER (*Valence Aware Dictionary and sEntiment Reasoner*), que combina métodos qualitativos e quantitativos fundamentados em léxicos (dicionários) para validar os resultados obtidos (Hutto; Gilbert, 2014). Além disso, será empregado o LeIA (Léxico para Inferência Adaptada), uma versão adaptada do léxico e da ferramenta VADER para análise de sentimentos, voltada para textos em português. O LeIA oferece suporte a emojis e foca na análise de sentimentos em postagens em mídias sociais, especificamente as publicações extraídas do X (Almeida, 2018).

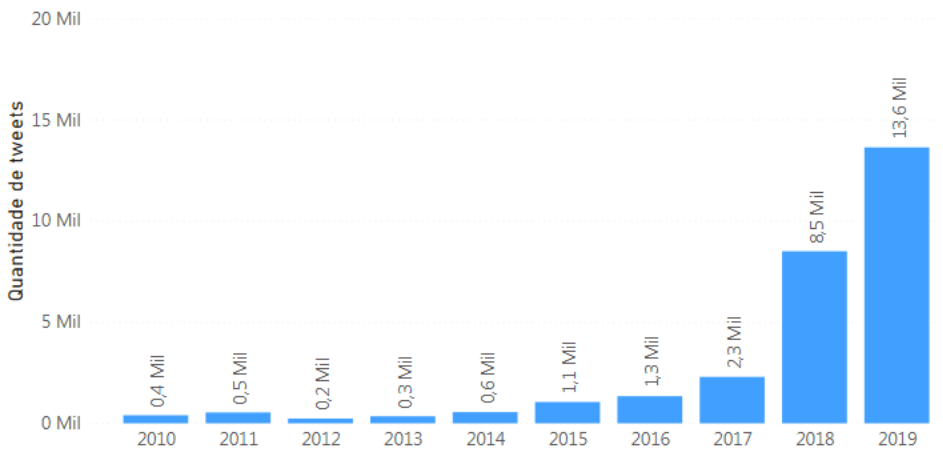
Por conseguinte, a análise de conteúdo é uma abordagem que permite identificar características recorrentes em um texto por meio da análise de frequências, visando compreender os significados contidos no documento. Segundo Caregnato e Mutti (2006), essa análise considera o texto como uma forma de expressão do autor, e o analista tem o objetivo de categorizar as unidades textuais que se repetem, buscando inferir uma expressão que as represente.

Além disso, neste trabalho foi utilizada a técnica TF-IDF (*Term Frequency-Inverse Document Frequency*) para determinar a relevância de uma palavra em relação ao conjunto de dados sendo possível identificar grupos temáticos. Neste ínterim, para agrupar os elementos textuais, aplicou-se o algoritmo k-Means, que permite a identificação dos centróides de cada grupo, com o centro representando a média aritmética dos termos encontrados. Portanto, a partir do instrumento metodológico delineado chegar-se-á por inferência, que o presente estudo terá uma natureza aplicada, uma abordagem triangular, sendo assim, um estudo de caso.

RESULTADOS

Antes de apresentar os resultados da análise, é crucial destacar que os dados a seguir são fundamentados em um conjunto robusto de 28.800 publicações associadas à *hashtag #saudemental*, postadas por usuários do X entre 2010 e 2019. Para facilitar a visualização da distribuição dessas publicações ao longo do tempo, a Figura 2 ilustra a variação quantitativa anual no volume de postagens. Essa representação gráfica evidencia o crescimento das discussões em torno da saúde mental ao longo da década. Ao analisar esses dados, pode-se obter uma compreensão mais detalhada de como a conversa sobre saúde mental evoluiu e se manifestou no X ao longo dos anos.

Figura 2- Variação quantitativa temporal do volume de publicações por ano



Fonte: Elaborado pelos autores, 2023.

Em primeiro lugar, é importante destacar que, entre 2010 e 2019, não foram observadas variações temáticas significativas que justificassem a divisão em grupos pelo método k-Means. Isso indica que os termos utilizados nas publicações relacionadas à *hashtag #saudemental* apresentam uma similaridade ampla, resultando em um único grupo temático.

Essa homogeneidade pode refletir a maneira como os usuários abordam a temática da saúde mental no X, indicando uma convergência nas preocupações e expressões em relação ao tema. Para facilitar a compreensão das semelhanças dentro desse grupo, foi elaborada uma nuvem de palavras (Figura 3), que visualiza os termos mais frequentes e destaca as principais preocupações dos usuários nesse período.

Na análise da Figura 3, destacam-se algumas palavras que merecem atenção especial: "bom", "pessoa", "vida", "equipe", "bem" e "psicólogo". Essas palavras não apenas se sobressaem em frequência, mas também revelam uma orientação positiva em relação à saúde mental, evidenciando um discurso que valoriza o cuidado e a preservação da vida.

Essas escolhas lexicais refletem uma concepção otimista e proativa em relação à saúde mental, sugerindo que as publicações desse período tendem a enfatizar a importância do apoio psicológico e da qualidade de vida. Assim, a figura sugere que as manifestações entre 2010 e 2019 estão intimamente ligadas à promoção do bem-estar individual, destacando a relevância da colaboração e do suporte de profissionais como psicólogos.

Essa correlação se alinha com os conceitos fundamentais de saúde mental abordados na Biblioteca Virtual em Saúde (2022), que enfatiza a integralidade do cuidado e a importância do acompanhamento psicológico na preservação da saúde mental. A presença dessas palavras-chave indica um movimento crescente na discussão pública sobre a saúde mental, onde o foco está não apenas nos desafios enfrentados, mas também nas soluções e nos caminhos para o fortalecimento do bem-estar.

Figura 3 - Principais palavras advindas da hashtag *#saudemental* do período 2010-2019



Fonte: Elaborado pelos autores, 2023.

Para aprofundar a análise das similaridades dentro do grupo de publicações de 2010 a 2019, foi elaborado o Quadro 1, que apresenta as cinco principais postagens desse conjunto. Ao examinar cada uma dessas publicações, torna-se evidente como elas se articulam em torno da definição de saúde mental e suas nuances.

A primeira publicação destaca a importância do investimento pessoal através da psicoterapia, enfatizando a manutenção da saúde mental, o que é corroborado pelas hashtags associadas. Essa ênfase no autocuidado e na busca por apoio profissional reflete uma crescente conscientização sobre a relevância da saúde mental.

A segunda e a quarta publicações, por sua vez, oferecem definições sobre saúde mental e abordam um transtorno mental específico, posicionando-se como recursos informativos que visam ajudar os usuários a compreenderem e conservar sua saúde mental.

Essa abordagem não apenas educa, mas também se destina a encorajar os leitores a buscarem ajuda, destacando a necessidade de conscientização sobre os desafios que podem enfrentar.

Finalmente, a terceira e a quinta publicações ressaltam a terapia como uma abordagem essencial no tratamento da saúde mental, sendo mencionada tanto no texto principal quanto nas hashtags. Isso indica uma valorização da terapia como um caminho viável para a melhoria do bem-estar mental.

Dessa forma, o Quadro 1 ilustra as características que unificam o grupo de publicações do período de 2010 a 2019, revelando uma narrativa coerente que privilegia o autocuidado, a educação sobre saúde mental e o papel fundamental da terapia na promoção do bem-estar psicológico. Essa análise não apenas aponta para a relevância das discussões em torno da saúde mental, mas também sugere uma mudança na percepção social sobre o tema, enfatizando a importância do apoio psicológico e da busca ativa por cuidados.

Quadro 1 - Recorte de publicações gerais do período 2010-2019

Publicações
Compreender e aprender a lidar com essas questões é fundamental. Invista em você. Faça psicoterapia! #Psicoterapia #Terapia #Amor #SaudeMental #Saude #PsicologiaClinica #Ansiedade #Autoestima #Psicologa #Vida #Depressao #Psicologo #PsicologiaPositiva
Os #TranstornosAfetivos, também chamados #TranstornosDoHumor, são um conjunto de transtornos psiquiátricos que afetam o estado basal de ânimo das pessoas. *#SaúdeMental*
Reta final apenas para 2019, pois no próximo ano tudo continua e será ainda melhor, só depende de você. Faça a sua parte!! 💜 *#Psicoterapia #Terapia #Amor #SaudeMental #Saude #Ansiedade #Autoconhecimento #Autoestima #Psicologa #Vida #Depressao #Psicologo #PsicologiaPositiva*
Você gostaria de saber o que é Saúde Mental? Confira as dicas da nossa psicóloga Bethania, da Unimed Rio Preto. #saudemental #mude1habito
Procure ajuda. Ajude quem você ama. #procureajuda #PrevençãoDoSuicidio #suicidio #saudemental #psiquiatra #psiquiatra #psicologia

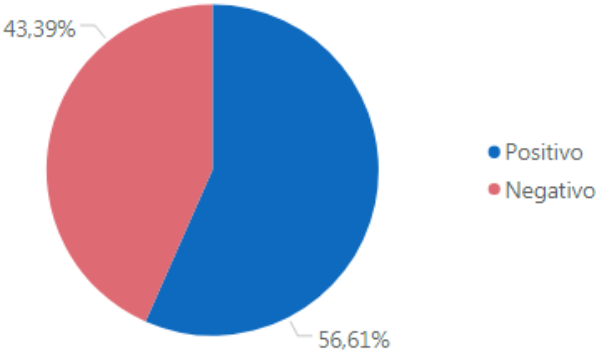
Fonte: Elaborado pelos autores, 2023.

Neste contexto, a análise da Figura 4 revela que 56,61% das publicações expressam emoções positivas relacionadas à temática da saúde mental, enquanto as emoções

negativas correspondem a 43,39%. Isso indica uma tendência dos usuários a compartilhar experiências e sentimentos positivos em vez de negativos sobre saúde mental. Essa predisposição para a positividade sugere um ambiente onde as mensagens de apoio, esperança e autocuidado prevalecem.

Entretanto, é essencial aprofundar a investigação das perspectivas que incluem tanto emoções positivas quanto negativas, para obter uma compreensão mais abrangente do período analisado. As emoções positivas, que dominam a narrativa, podem refletir um desejo de encorajar e motivar os outros, enquanto as emoções negativas podem indicar preocupações, desafios ou estigmas ainda presentes em relação à saúde mental.

Figura 4- Polaridade percentual dos sentimentos do grupo dos anos 2010 a 2019



Fonte: Elaborado pelos autores, 2023.

SENTIMENTOS POSITIVOS

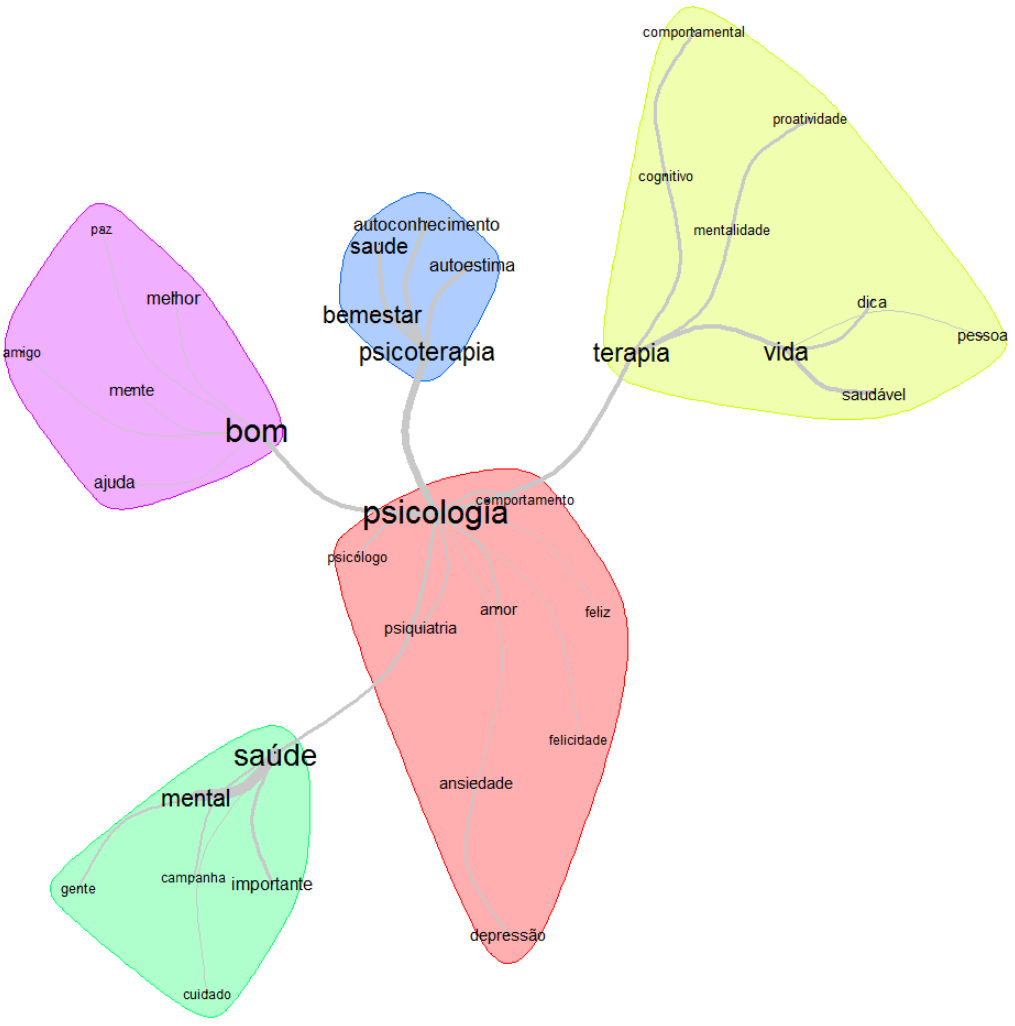
Para aprofundar a compreensão das manifestações que caracterizam o grupo de sentimentos positivos, foi elaborado um Grafo de Similitude (Figura 5). Este grafo organiza os termos em grupos, com cada termo apresentando uma conexão semântica com o termo central. A análise da Figura 5 revela que os principais termos agrupados — como "psicologia", "bom", "psicoterapia", "terapia" e "saúde" — estão interligados por fatores que promovem a manutenção da saúde mental.

Esses termos não apenas refletem conceitos essenciais dentro do campo da saúde mental, mas também sugerem práticas e abordagens que são fundamentais para o bem-estar psicológico. A figura evidencia, por exemplo, aspectos como autoconhecimento, campanhas de conscientização, a presença do psicólogo e a terapia cognitivo-comportamental como métodos reconhecidos para o cuidado da saúde mental.

Ao examinar o Grafo de Similitude, fica evidente que as manifestações positivas registradas entre 2010 e 2019 estão fortemente alinhadas com publicações que enfatizam tratamentos e intervenções voltadas para a preservação da saúde mental. Essa congruência indica uma valorização do conhecimento e da busca por apoio psicológico, além de evidenciar uma cultura de autocuidado que se desenvolveu nesse período.

Assim, a Figura 5 não apenas ilustra as conexões entre os sentimentos positivos, mas também serve como um indicativo das estratégias e conceitos que foram promovidos nas discussões sobre saúde mental. Essa análise oferece uma visão mais clara de como os usuários abordavam a saúde mental, destacando a ênfase em práticas que favorecem a resiliência e o bem-estar psicológico.

Figura 5- Grafo de similitude dos sentimentos positivos do grupo do período de 2010 a 2019



Fonte: Elaborado pelos autores, 2023.

Para aprofundar a análise da relação entre os termos destacados na Figura 5 e as principais publicações que expressam sentimentos positivos, foi elaborado um Quadro 2. Este quadro oferece um recorte das postagens classificadas como positivas no período de 2010 a 2019. Através dele, observa-se que o cuidado com a saúde mental emerge como o eixo central desta categoria de sentimentos, evidenciando uma forte ênfase na importância do autocuidado.

As publicações analisadas no Quadro 2 ressaltam a necessidade de cuidar de si mesmo, seja por meio de palavras de incentivo, demonstrações de afeto ou a simples atenção dedicada ao bem-estar pessoal. Essa ênfase no autocuidado reflete um reconhecimento crescente da saúde mental como um aspecto crucial da vida cotidiana, enfatizando que a valorização da vida e o bem-estar psicológico estão interligados.

Além disso, tanto a Figura 5 quanto o Quadro 2 convergem para a ideia de que é fundamental que o indivíduo se olhe com atenção e carinho. As postagens positivas não apenas encorajam a autorreflexão, mas também promovem serviços de apoio e esclarecimento sobre o que envolve a saúde mental. Esse movimento sugere uma cultura de conscientização em que as pessoas são incentivadas a buscar informação e ajuda, contribuindo para a desestigmatização das questões de saúde mental.

Assim, a análise conjunta da Figura 5 e do Quadro 2 destaca a importância de um diálogo aberto sobre saúde mental, no qual o autocuidado, o apoio emocional e a educação desempenham papéis fundamentais. Essa abordagem não apenas reforça a necessidade de cuidar de si, mas também sugere um ambiente mais acolhedor e receptivo para aqueles que buscam entender e melhorar sua saúde mental.

Quadro 2 - Recorte de publicações classificadas como positivas do período 2010-2019

Publicações
O seu esforço diário é admirável. E mesmo que ninguém te diga isso pessoalmente hoje, saiba que você está fazendo um bom trabalho ao cuidar bem de si mesmo (a) 💛 *#ProjetoVocêImporta #SaúdeMental #PrevençãodoSuicídio #ValorizaçãodaVida* *Carinho faz bem.* *Respeito faz bem.* *Palavras bonitas fazem bem.* *Abraço faz bem.* *Compreensão faz bem.* *Nós estamos aqui* 💛

#ProjetoVocêImporta #SaúdeMental

É tão gostoso estudar o que se gosta e se gostar do que se estuda! #SaudeMental [modeON]

"Olhar para si com cuidado e afeto, prestando atenção às suas necessidades, nos ajuda a cultivar bem-estar físico e emocional" #BemEstar #SaúdeMental #EscleroseMúltipla #QualidadeDeVida

Não se desculpe por ser quem você é, por ter seus sentimentos, sua personalidade. Você é perfeito.
Ser diferente é o que te faz especial!
#saúdemental #qualidadedevida #autoestima #amorpróprio #cabeçaparacima

Fonte: Elaborado pelos autores, 2023.

SENTIMENTOS NEGATIVOS

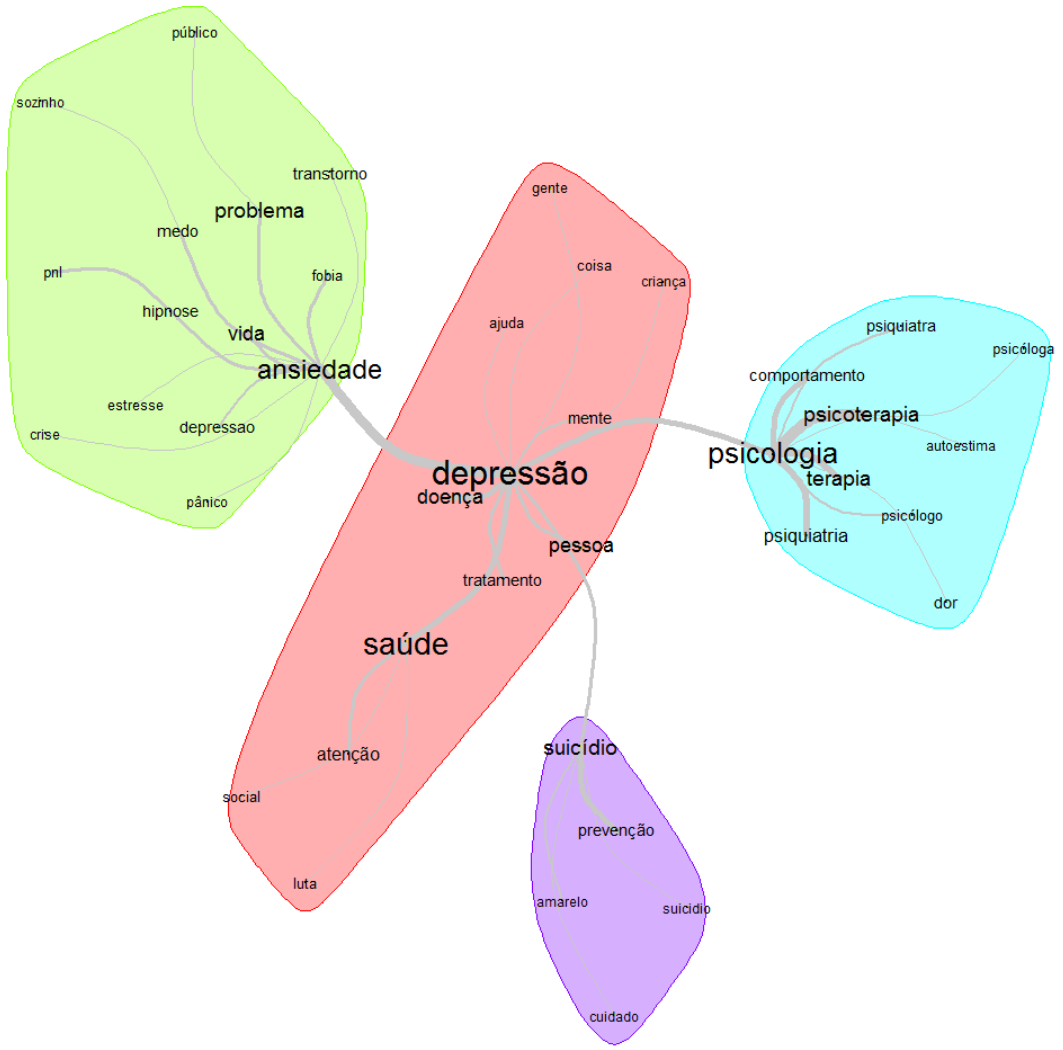
Sob uma perspectiva diferente, focando nos sentimentos negativos, é crucial analisar os termos que expressam essas emoções no estudo. A Figura 6 apresenta um Grafo de Similaridade que ilustra os termos e grupos associados a sentimentos negativos. Os principais termos identificados na Figura 6 incluem "depressão", "ansiedade", "suicídio" e "psicologia". A presença de "depressão", "ansiedade" e "suicídio" destaca a gravidade dos transtornos mentais que se manifestam em contraste com os esforços para manter a saúde mental. Segundo Silva *et al.* (2012), esses transtornos podem ser definidos como alterações significativas no pensamento e no humor que afetam diversas esferas da vida de um indivíduo. Assim, é possível inferir que as pressões e desafios da vida cotidiana têm contribuído para mudanças no estado mental das pessoas, as quais se refletem nas publicações no X.

É importante notar que, mesmo que a Figura 6 evidencie sentimentos negativos, também se pode observar a presença de termos que sugerem caminhos para o tratamento desses transtornos. Palavras como "psicologia", "psicólogo", "ajuda", "tratamento", "atenção", "prevenção" e "cuidado" aparecem no grafo, indicando que, apesar da gravidade das emoções expressas, existe uma consciência sobre a importância do apoio psicológico e das intervenções adequadas.

Essa dualidade entre a expressão de sentimentos negativos e a menção a possíveis soluções aponta para uma narrativa complexa: enquanto os usuários compartilham suas lutas com a saúde mental, também reconhecem a relevância de buscar ajuda e tratamento. Isso sugere uma crescente conscientização sobre a necessidade de abordar e tratar os transtornos mentais, promovendo um diálogo que não apenas identifica os problemas, mas também propõe formas de enfrentamento e superação. Essa abordagem integrada é

fundamental para compreender as dinâmicas emocionais contemporâneas e a evolução do discurso sobre saúde mental nas redes sociais.

Figura 6- Grafo de similitude dos sentimentos negativos do grupo do período de 2010 a 2019



Fonte: Elaborado pelos autores, 2023.

Com o objetivo de detalhar as publicações que expressam sentimentos negativos, foi elaborado o Quadro 3, que ilustra o sofrimento emocional enfrentado pela população. Esse quadro fornece uma visão abrangente das experiências de dor e angústia que muitos indivíduos vivenciam, reforçando a análise já apresentada na Figura 6.

A relevância desse quadro está alinhada com as afirmações de Carlotto e Câmara (2015), que destacam a depressão e a ansiedade como as manifestações mais significativas de sofrimento emocional, especialmente do ponto de vista da saúde pública. Esses transtornos não apenas afetam a qualidade de vida dos indivíduos, mas também têm

implicações profundas para a sociedade como um todo, dado o número elevado de pessoas que os enfrentam.

Tanto a Figura 6 quanto o Quadro 3 sublinham a gravidade dessa questão, evidenciando que a saúde mental é um desafio presente na sociedade contemporânea. As publicações analisadas no Quadro 3 refletem não apenas os sintomas e as experiências associadas à depressão e à ansiedade, mas também uma crescente conscientização sobre a importância de discutir abertamente esses problemas. Essa visibilidade é crucial, pois pode contribuir para a desestigmatização das condições de saúde mental e incentivar aqueles que sofrem a buscar apoio.

Portanto, o Quadro 3 não apenas ilustra as dimensões do sofrimento emocional, mas também aponta para a necessidade urgente de intervenções adequadas e estratégias de prevenção que possam mitigar esses problemas. Em última análise, essa análise conjunta oferece um panorama sobre a saúde mental na sociedade atual, destacando a urgência de abordagens integradas que promovam o bem-estar emocional e o suporte necessário para aqueles que enfrentam esses desafios.

Quadro 3 - Recorte de publicações classificadas como negativas do período 2010-2019

Publicações
Nise no #encontro "não acredito em cura pela violência" #arte #afeto #humanização #saúdemental
É horrível se sentir uma merda em tudo. *#forca #lutadiaria #saudemental*
O que é uma crise de combustível perto de uma crise existencial? *#saudemental #cuidedamente*
'Doença Mental' é um termo q pode piorar a autopercepção de pessoas em sofrimento emocional *#saudemental #enfermagem*
Nas perturbações mentais “a família é o doente oculto” #SaudeMental #familia

Fonte: Elaborada pelos autores, 2023.

Isto posto, nota-se que a análise dos sentimentos positivos e negativos da *hashtag #saudemental* permitiu observar a complexidade de manifestações de emoções no meio digital, que no presente trabalho foi o X. Assim, por meio destas análises se nota a dualidade das percepções na rede social estudada e reflete uma faceta quanto à saúde mental na década de 2010 a 2019.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A análise das publicações sobre saúde mental no período de 2010 a 2019 revela uma complexa rede de sentimentos, tanto positivos quanto negativos, que reflete as vivências e percepções da população em relação a essa temática vital. Este período, marcado pela crescente popularização das redes sociais digitais, permitiu que indivíduos compartilhassem experiências pessoais e coletivas sobre saúde mental, criando um espaço onde as emoções são expostas. Através do uso de ferramentas como o Grafo de Similitude e a construção de quadros explicativos, foi possível identificar a predominância de emoções positivas associadas ao autocuidado, à valorização da vida e à busca por apoio psicológico. Essas manifestações não apenas evidenciam uma crescente conscientização sobre a importância da saúde mental, mas também sinalizam uma transformação cultural em relação ao estigma que historicamente cercou as questões psíquicas.

O autocuidado emerge como um conceito central nas publicações analisadas, indicando que os indivíduos estão cada vez mais conscientes da necessidade de cuidar de si mesmos. Assim, as mensagens de incentivo ao cuidado pessoal, à prática de atividades terapêuticas e ao engajamento em diálogos sobre saúde emocional se tornam não apenas comuns, mas também desejáveis e aspiracionais.

Por outro lado, os sentimentos negativos, como depressão e ansiedade, também emergem com força nas publicações, destacando um problema social significativo. As publicações que expressam esses sentimentos revelam a intensidade do sofrimento emocional enfrentado por muitos, corroborando a necessidade urgente de estratégias de intervenção e prevenção. A análise dessas emoções negativas, complementada por termos relacionados a tratamentos e apoio, sugere uma dualidade importante: enquanto as dificuldades são amplamente reconhecidas, há também um crescente entendimento sobre a importância de buscar ajuda. Esse reconhecimento é um passo fundamental para desmantelar o estigma associado aos transtornos mentais, permitindo que mais indivíduos se sintam à vontade para buscar apoio profissional sem medo de julgamento.

Em suma, o estudo das publicações no X não apenas ilumina as dinâmicas emocionais contemporâneas, mas também aponta para a necessidade de um diálogo aberto e inclusivo sobre saúde mental. Essa conversa deve incluir a promoção do autocuidado, a desestigmatização dos transtornos mentais e a ampliação do acesso a tratamentos. A construção de uma narrativa que valorize tanto as experiências positivas quanto as negativas

é essencial para promover uma compreensão mais holística da saúde mental, permitindo que os indivíduos se sintam vistos e ouvidos em suas complexidades.

Ao fomentar essa conscientização, podemos trabalhar coletivamente para criar uma sociedade mais acolhedora e informada, capaz de enfrentar os desafios da saúde mental de maneira eficaz e solidária. A integração de experiências pessoais com conhecimento científico pode ser uma poderosa ferramenta de transformação social, impulsionando políticas públicas que priorizem a saúde mental e o bem-estar psicológico. Portanto, é imperativo que continuemos a explorar essas interações no espaço digital, garantindo que as vozes dos que lutam com questões de saúde mental sejam amplificadas e que suas experiências informem práticas e políticas que promovam um ambiente mais saudável para todos. Essa abordagem não apenas melhora a qualidade de vida dos indivíduos, mas também contribui para o fortalecimento do tecido social como um todo, onde a empatia e a solidariedade prevalecem.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, R. J. A. LeIA - Léxico para Inferência Adaptada. [S.l.]: GitHub, 2018.

ASSOCIAÇÃO AMERICANA DE PSIQUIATRIA. APA. (2018). **What Is Mental Illness?.** Disponível em: https://www.psychiatry.org/patients-families/what-is-mental-illness.

BIBLIOTECA VIRTUAL EM SAÚDE. **Descritores em Ciências da Saúde**: DeCS. São Paulo: BIREME/OPAS/OMS, 2022. Disponível em: https://decs.bvsalud.org/ths/resource/?id=28451&filter=ths_termall&q=sa%C3%BAde%20mental. Acesso em: 14 de set. de 2024.

BORTOLAZZO, S. F. (2016). **O imperativo da cultura digital: entre novas tecnologias e estudos culturais**. *Cadernos De Comunicação,* 20 (1), https://doi.org/10.5902/2316882X22133.

CAREGNATO, R. C. A.; MUTTI, R. Pesquisa qualitativa: análise de discurso versus análise de conteúdo. **Texto & Contexto Enfermagem**, Florianópolis, v. 15, n. 4, p. 679-684, out./dez. 2006.

CARLOTTO, Mary Sandra; CÂMARA, Sheila Gonçalves. **Prevalence and risk factors of common mental disorders among teachers.** Journal of work and organizational psychology, Madri, v. 31, n. 3, p. 201-206, 2015.

COSTA, F. C. Capital social e o Comitê de Bacia Hidrográfica dos Sinos: um estudo de caso. In: SEMINÁRIOS EM ADMINISTRAÇÃO, 8., 2005, São Paulo. **Anais** [...], São Paulo: SEMEAD, 2005.

FERNANDES, M.A; RIBEIRO, H.K.P; SANTOS, J.D.M; MONTEIRO, C.F.S; COSTA, R.S; SOARES, R.F.S. **Prevalence of anxiety disorders as a cause of workers' absence.** Rev Bras Enferm [Internet]. 2018;71(Suppl 5):2213-20. [Thematic Issue: Mental health] DOI: http://dx.doi.org/10.1590/0034-7167-2017-0953.

GOLDBERG, D., HUXLEY, P. **Common mental disorders: a bio-social model.** 1st ed. London: Tavistock/Routledge; 1992. 194p

HUTTO, C.; GILBERT, E. **VADER:** A Parsimonious Rule-Based Model for Sentiment Analysis of Social Media Text**.** Proceedings of the International AAAI Conference on Web and Social Media, *[S. l.]*, v. 8, n. 1, p. 216-225, 2014. DOI: 10.1609/icwsm.v8i1.14550. Disponível em: https://ojs.aaai.org/index.php/ICWSM/article/view/14550. Acesso em: 15 set. 2024.

JAMBHULKAR, P.; NIRKHI, S. **A Survey Paper on Cross-Domain Sentiment Analysis**. International Journal of Advanced Research in Computer and Communication Engineering. Vol. 3, Issue 1, January 2014.

KARAMIBEKR, M.; GHORBANI, A. A. **Sentiment analysis of social issues**, 2012. Social Informatics (SocialInformatics).

LEVIN, I.; MAMLOK, D. (2021). **Culture and society in the digital age**. Information, 12 (2), 68, https://doi.org/10.3390/info12020068.

MURCHO, Nuno; PACHECO, Eusébio; JESUS, Saul Neves de. **Transtornos mentais comuns nos Cuidados de Saúde Primários:** Um estudo de revisão**.** Revista Portuguesa de Enfermagem de Saúde Mental, n. 15, p. 30-36, 2016.

OLIVEIRA, M. B.; ZUCCHI, G.; LIPPI, M.; CORDEIRO, D. F.; DA SILVA, N. R.; IORI, M. Lead time forecasting with machine learning techniques for a pharmaceutical supply chain. In: INTERNATIONAL CONFERENCE ON ENTERPRISE INFORMATION SYSTEMS, 23., 2021. **Proceedings** [...], 2021. p. 634-641.

SAMP. **Janeiro branco:** Brasil está entre os países com maior número de casos de depressão e ansiedade. 2021. Disponível em:< https://pe.unit.br/blog/noticias/janeiro-branco-importancia-dos-cuidados-com-a-saude-mental/#:~:text=De%20acordo%20com%20a%20Organiza%C3%A7%C3%A3o,%2C%20com%209%2C3%25.>. Acesso em: 10 set. 2024.

SILVA, D. F.; SANTANA, P. R. DE S. **Transtornos mentais e pobreza no Brasil:** uma revisão sistemática. Tempus – Actas de Saúde Coletiva, v. 6, n. 4, p. Pág. 175-185, 31 dez. 2012.

SOUZA, K.; CUNHA, M. X. C. da. **Impactos do uso das redes sociais virtuais na saúde mental dos adolescentes:** Uma revisão sistemática da literatura. Revista Educação, Psicologia e Interfaces, [online], v. 3, n. 3, p. 204-217, set/dez. 2019. ISSN: 2594-5343 Disponível em: DOI: <https://doi.org/10.37444/issn-2594-5343.v3i3.156>.

TSYTSARAU, M.; PALPANAS, T. (2012). **Survey on mining subjective data on the web. Data Min.** Knowl. Discov., v.24, n.3, p.478–514.

VIEIRA, L. M.; CORDEIRO, D. F. Desinformação e Fakes News nas Redes Sociais: uma análise sob a perspectiva da Escola Canadense de Comunicação. In: Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, 17, 2019, Goiânia. **Anais** [...] Goiânia: SBPJOR, 2019.

VIEIRA, L. M.; DA SILVA, N. R.; CORDEIRO, D. F. Análise descritiva das fake news da saúde através de mineração de textos no Portal da Saúde. In: Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste, 21., 2019, Goiânia. **Anais** [...], Goiânia: Intercom, 2019.

WORLD HEALTH ORGANIZATION (WHO). **Mental health**: a state of well-being. 2014. Disponível em: http://www.who.int/features/factfiles/mental_health/en/. Acesso em 15 de set. de 2024.

Os autores são responsáveis pela fidedignidade dos dados apresentados.

PERSPECTIVAS SOBRE A INTERDISCIPLINARIDADE: REFLEXÕES À LUZ DA COMUNICAÇÃO, INFORMAÇÃO E O COMPORTAMENTO INFORMACIONAL

Sara da Cruz Vieira[1]
Andréa Pereira dos Santos[2]

RESUMO

Este estudo analisa como os campos da Comunicação e Informação são explorados nas pesquisas do Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal de Goiás, além de refletir sobre o comportamento informacional. A pesquisa, qualitativa e exploratória, revela que ambos os conceitos são interligados, mas com diferentes perspectivas. A pesquisa conclui que a abordagem conjunta desses campos pode enriquecer as investigações, abrindo novas possibilidades.

Palavras-chave: comunicação; informação; comportamento informacional; interdisciplinaridade.

PERSPECTIVES ON INTERDISCIPLINARITY: *REFLECTIONS IN LIGHT OF COMMUNICATION, INFORMATION AND INFORMATION BEHAVIOR*

ABSTRACT

This study analyzes how the fields of Communication and Information are explored in research conducted by the Postgraduate Program in Communication at the Federal University of Goiás, as well as reflecting on information behavior. A qualitative and exploratory study reveals that both concepts are interconnected, but from different perspectives. The study concludes that a joint approach to these fields can enrich research, opening up new possibilities.

Keywords: Communication; Information; Information behavior; Interdisciplinarity.

INTRODUÇÃO

[1] Doutoranda em Comunicação pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Goiás. Mestrado em Comunicação pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Goiás. Graduada em Biblioteconomia. Tutora EAD voluntária no Curso de Especialização em Letramento Informacional e do Curso de Biblioteconomia modalidade à distância da Universidade Federal de Goiás. Email: saracruz@discente.ufg.br. Bolsista pela Fundação Amparo à Pesquisa do Estado de Goiás (FAPEG).

[2]Doutora em Geografia pela Universidade Federal de Goiás. Docente do curso de Biblioteconomia e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Goiás (UFG). Coordenadora do Curso de Biblioteconomia modalidade à distância da UFG; representante Regional Centro-Oeste ABECIN; coordenadora de Projetos de Ensino FIC/UFG. Coordenadora do Curso de Especialização em Letramento Informacional: Educação para a Informação. Presidente da Comissão de Diversidade da Faculdade de Informação e Comunicação da UFG. Possui pós-doutorado em Ciência da Informação na UFMG com bolsa CNPq; possui doutorado em Geografia, linha Geografia Cultural no IESA/UFG. email: andreabiblio@ufg.br.

As discussões sobre a relação interdisciplinar entre os campos da comunicação e da informação tem sido cada vez mais recorrentes, sobretudo na área da Ciência da Informação (CI) em que muitos pesquisadores buscam ressaltar que a comunicação é o processo pelo qual as informações são transmitidas/disseminadas para a chegada do conhecimento. Essa percepção sobre o ciclo da informação dentro da CI, considera também a comunicação como aspecto integrante da sociedade.

Em relação ao aspecto social da comunicação, Martino (2008) revela que o processo da comunicação é de fato um processo social básico, e dessa maneira esse processo se insere em todas as ciências sociais. É possível compreender dessa forma, que o processo de comunicação realiza a mediação das relações sociais, as pessoas se comunicam com diferentes propósitos, e nesse sentido, Martino (2008) acaba impulsionando uma reflexão sobre a relevância dos estudos relacionados à comunicação inseridos na CI.

Nessa direção, Le Coadic (2004) salienta que o objeto da CI está relacionado ao estudo de atributos comuns da informação, em que estão inclusos: a natureza, a gênese, os efeitos, e análise dos seus processos de construção da comunicação e do uso. O autor enfatiza que a comunicação no universo da CI, é um processo que possibilita a troca de informações entre as pessoas.

Nessa lógica, é possível observar que o objeto da CI já sinaliza a relação complementar entre a informação e a comunicação logo na sua gênese, no sentido de que as informações são transferidas/disseminadas por meio da comunicação e nesse processo estão incluídos os sistemas de significação e os usos da linguagem. É importante reconhecer que o campo da Comunicação e o campo da Informação são campos distintos, porém existe um relacionamento entre ambos, que pode ser reconhecido pelo processo de construção de sentido para a construção de um conhecimento.

Nessa perspectiva, esse estudo para além de ressaltar a relação entre a CI e Ciência da Comunicação, busca também trabalhar essa concepção especificamente no âmbito do Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal de Goiás (PPGCOM/UFG), pois desde que foi criada a linha de pesquisa “Mídia e Informação” esse tem sido um tema recorrente, por isso se faz necessário tecer reflexões sobre o que os discentes têm discutido nesse sentido, levando em consideração estudos realizados na disciplina de “Seminário avançado de epistemologia e pesquisa em cidadania e cultura” para o nível de doutorado, se estendendo também para dissertações que também trabalharam uma

perspectiva interdisciplinar entre as duas áreas, e trouxeram especificamente o estudo do processo de comportamento informacional que também será abordado aqui.

Dessa forma, a questão problema que engloba este estudo é: De que forma os temas Comunicação, Informação e Comportamento informacional têm sido discutidos pelos discentes do PPGCOM/UFG? Nesse sentido, o objetivo geral do estudo é refletir sobre a relação entre a Comunicação e a Informação discutida no âmbito do PPGCOM/UFG refletindo o comportamento informacional nesse contexto, a partir da análise de estudos realizados por discentes do programa e de autores que discutem o tema.

Os objetivos específicos estabelecidos foram:

a) Dialogar com as diferentes perspectivas levantadas em torno da Comunicação e da Informação em trabalhos desenvolvidos na disciplina "Seminário avançado de epistemologia e pesquisa em cidadania e cultura" do PPGCOM/UFG;
b) Apresentar o conceito de Informação como fenômeno e Comunicação como processo e dialogar com os autores;
c) Discutir o aspecto comunicacional do comportamento informacional a partir de pesquisas de discentes do programa e de autores relacionados.

Nesse sentido, essa pesquisa traz uma reflexão sobre a interdisciplinaridade entre a Informação e a Comunicação, buscando entender o processo de comportamento informacional trabalhado em pesquisas desenvolvidas no âmbito do PPGCOM/UFG.

A próxima seção apresenta a metodologia utilizada para a construção desse estudo.

METODOLOGIA

Os procedimentos metodológicos giram em torno da pesquisa bibliográfica, por fazer uso de materiais como artigos científicos, dissertações e livros. De acordo com Prodanov (2013), a pesquisa bibliográfica é elaborada por meio de material já existente que se constitui geralmente por livros, artigos científicos, periódicos, dissertações, teses entre outros. Essa tipologia de pesquisa permite ao pesquisador uma relação direta com o material escrito sobre a temática da pesquisa, e foi justamente essa relação mais próxima com a temática que foi desenvolvida neste estudo, buscando trazer mais pertinência para

argumentação, por isso a pesquisa bibliográfica coube satisfatoriamente para conseguir alcançar os objetivos desta pesquisa.

Além disso, a pesquisa faz uso da abordagem qualitativa, que segundo Dalfovo, Lana e Silveira (2008) se trata de um trabalho majoritariamente com dados qualitativos, ou seja, a informação coletada pelo pesquisador não é expressa por números. Como é o caso desta pesquisa, que utiliza das percepções de autores que discutem sobre a temática da Comunicação, Informação e do Comportamento informacional, além de ser empregado à discussão as reflexões da autora desta pesquisa, como estudante das três temáticas destacadas anteriormente, que traz uma interpretação da realidade investigada.

Além disso, outro aspecto que auxilia na interpretação das informações levantadas para a pesquisa é seu caráter exploratório. Segundo Gil (1987), essa tipologia de pesquisa permite alcançar maior familiaridade com o objeto investigado, além de auxiliar no aprimoramento das ideias e fazer novas descobertas.

A próxima seção discute questões relacionadas à interdisciplinaridade e os modos com que esse processo é abordado nas áreas da CI e da Comunicação.

ALGUMAS REFLEXÕES SOBRE A INTERDISCIPLINARIDADE

Para iniciar as discussões, se faz necessário primeiramente resgatar o conceito de interdisciplinaridade. De acordo com Coimbra (2000) o conceito interdisciplinar representa um tema, objeto ou abordagem em que duas ou mais disciplinas de forma intencional estipulam relações entre si para construir um conhecimento mais amplo, e ao mesmo tempo diverso e unificado. Nesse sentido, é possível considerar que a interdisciplinaridade serve de complemento para disciplinas estudadas de forma simultânea, que pode auxiliar no avanço do conhecimento científico.

Refletindo sobre a interdisciplinaridade e a CI, Silva (2013) elucida que a CI e a interdisciplinaridade surgem como conceitos intrínsecos, enquanto a primeira se ocupa de soluções voltadas para os problemas informacionais, a segunda se caracteriza como ferramenta de pesquisa para a promoção e desenvolvimento da educação e da ciência, construindo uma relação de interação e crescimento mútuo entre duas ou mais disciplinas. Desse modo, partindo da relação da CI com outras disciplinas, é possível mencionar a Comunicação. Silva (2013) reconhece que de modo geral, existem fortes inclinações no campo interdisciplinar da CI, pois ela se ocupa de conhecimentos efetivados em diferentes

disciplinas a primeira tendência interdisciplinar se refere a Biblioteconomia, a Arquivologia e a Museologia; a segunda se relaciona à Ciência da Computação; a terceira se insere à Ciência Cognitiva no contexto da Psicologia e Linguística; a quarta indica a Comunicação; e a quinta é referente a um contexto das Ciências Sociais e Humanas, como a Filosofia e a Sociologia.

Portanto, o vínculo entre a CI e a Comunicação possui uma forte relação interdisciplinar e sua investigação se faz relevante no sentido de compreender as diferentes formas em que essa relação é estabelecida, pois os dois campos do conhecimento possuem diversas facetas que podem ser examinadas.

Nesse sentido, Weber e Stumpf (2015) salientam que a Comunicação e a Informação podem ser versadas como elementos que não se dissociam por causa da sua correlação, visto que a existência da informação acontece quando é comunicada, e a comunicação não existe sem a informação. Weber e Stumpf (2015) ressaltam ainda que, o debate sobre a interdisciplinaridade entre Comunicação e Informação beneficia as duas áreas, principalmente, quando se assimila essas duas áreas como determinantes da contemporaneidade.

Nessa perspectiva, é o notório que a argumentação sobre a interdisciplinaridade das referidas disciplinas pode trazer vantagens, para ambas, sobretudo na discussão proposta por esse estudo que traz como complemento o comportamento informacional, refletindo a relação entre essas áreas e apresentando como ocorre o processo de comportamento informacional que se vincula à estudos propostos pela CI.

Outra perspectiva interdisciplinar que pode ser levantada aqui diz respeito à Teoria Matemática da Comunicação de Shannon e Weaver em 1949, que revela o processo de comunicação por meio do processo de emissão, transmissão e recepção da informação. Sá (2018) elucida que a Teoria Matemática da Comunicação permitiu que a relevância do conceito de informação fosse reconhecida e permitiu também que o conceito fosse incorporado ao processo de comunicação que se comunica a partir das Tecnologias da informação e comunicação, e as utiliza como meio para transmitir informações.

Desse modo, é possível compreender que a Teoria Matemática da Comunicação surge como precursora entre o relacionamento entre a Informação e a Comunicação, pois foi a partir do desenvolvimento dessa teoria que a informação começou a ser considerada dentro do processo de comunicação, e abriu portas para que outras perspectivas fossem trabalhadas.

A seção seguinte aborda reflexões acerca dos estudos desenvolvidos na linha de pesquisa Mídia e Informação do PPGCOM/UFG no que concerne ao relacionamento entre as áreas da comunicação e da informação.

COMUNICAÇÃO E INFORMAÇÃO: REFLEXÕES SOBRE ESTUDOS DA LINHA MÍDIA E INFORMAÇÃO DO PPGCOM/UFG E NOVAS PERSPECTIVAS

A comunicação e a informação são apresentadas aqui a partir do viés de autores dos respectivos campos concomitante com as reflexões de discentes do PPGCOM/UFG, para em seguida abordar a interpretação do estudo da Informação como fenômeno e a Comunicação como processo.

A área da Comunicação e a área da Informação são estudadas muitas vezes de forma simultânea, por muitos autores entenderem que se tratam de áreas que se complementam, partindo do ponto de que para haver a comunicação é necessário primeiramente considerar a informação nesse processo de transmissão.

Refletindo sobre o estudo da Informação no âmbito da Comunicação, mais especificamente no universo do PPGCOM/UFG desde a abertura da linha de pesquisa "Mídia e informação" no ano de 2021, alguns pós-graduandos desta linha vêm intermediando o diálogo entre essas duas áreas do conhecimento, buscando traçar uma relação interdisciplinar. Isso pôde ser observado nos estudos realizados por Santos (2022) e Cavalcanti (2023), a partir do diálogo realizado em suas pesquisas.

Santos (2022) no estudo denominado "Percurso teórico entre comunicação e informação: desdobramentos e tensões comunicacionais para estudos em comportamento informacional" evidencia um conflito existente entre ambas áreas, e salienta que apesar de serem áreas que têm sua gênese conectada, isso nem sempre é reconhecido no campo científico, mesmo que seja ressaltado o viés interdisciplinar.

Dessa forma, estabelecendo diálogo com o autor, aplicando a percepção de discente do PPGCOM/UFG da linha de "Mídia e informação" e de autora deste estudo, é possível presumir que tal conflito ocorre muitas vezes pelo campo da Comunicação ter a dificuldade de entender como a informação atua no processo comunicacional, e em muitos estudos do campo da Comunicação o aspecto informacional é ignorado. Por essa razão, é compreensível que muitos autores do campo da comunicação nem sempre reconheçam a relação interdisciplinar entre esses dois campos.

Dando continuidade a discussão entre a relação interdisciplinar entre os campos da Comunicação e da Informação, a partir de reflexões de discentes da linha Mídia e informação do PPGCOM/UFG, são consideradas também as percepções de Cavalcanti (2023) na pesquisa "Estudo tensional entre comunicação e informação: uma perspectiva para a interdisciplinaridade" que enfatiza que a partir da década de 1980 deu-se início a tendência da informação sob a perspectiva social, que assimila a comunicação instrumento de disseminação, que se relaciona com as teorias contemporâneas da comunicação, sobretudo com os estudos da Escola Latino Americana. Nesse sentido, para a autora, é confirmado que o campo da Comunicação e da Informação possuem uma relação que está pautada na transmissão de informação como conhecimento e demonstra a inerência bilateral com o especificamente comunicacional do campo da Informação.

Partindo desse ponto de vista, é possível perceber que uma das características comuns entre o trabalho de Santos (2022) e Cavalcanti (2023) é a necessidade de reafirmar a relação entre os dois campos mencionados, com intuito de fortalecer um vínculo que muitas vezes é disperso, e mesmo com essa dispersão, considerando as concepções levantadas por Santos (2022) e Cavalcanti (2023), é possível perceber nesse apanhado, a importância de trabalhar a diversidade dessas duas áreas para encontrar pontos de convergência e divergência, reunindo esforços para comprovar que é também por meio das diferenças que essas áreas podem ser estudadas de forma conjunta e complementar.

Nesse sentido, para além de evidenciar a interdisciplinaridade entre Comunicação e Informação, foi identificada outras possibilidades de estudos destes dois campos, diante disso, é importante trazer para essa discussão as concepções de Saracevic (2008) que compreende a comunicação como processo e a informação como fenômeno. Em suma, o autor enfatiza a existência de uma relação entre a CI e a Comunicação e o interesse compartilhado dessas áreas na comunicação humana, em conjunto com o entendimento de que a informação como fenômeno e a comunicação com processo devem ser estudadas em conjunto.

No entanto, Saracevic (2008) traz apenas uma introdução ao assunto, e não se aprofunda quando traz a perspectiva da informação estudada como fenômeno e a comunicação estudada como processo. Nesse sentido, para essa discussão é necessário fazer essa elucidação para dar continuidade a discussão, a partir da perspectiva de outros autores que discorrem sobre os temas.

Para Marteleto (1987), existem divergências entre autores que se dispuseram a estudar a informação sob o viés da pós-modernidade, porém há um ponto em que esses autores estão de acordo: Pós-modernismo condiz com uma mudança nos status do conhecimento, consequentemente da informação, que corresponde a um fenômeno característico das sociedades pós- industriais alicerçadas na informação.

Marteleto (1987) revela ainda que a informação por ser um fenômeno social, tem aspectos políticos, econômicos e históricos, logo, precisa ser investigada no plano social da comunicação entre as pessoas que vivenciam uma prática social concreta.

Em relação a comunicação ser tida como processo, Shannon e Weaver desenvolveram em 1949 a "A teoria Matemática da Comunicação" nesse estudo a comunicação é representada como um processo técnico da comunicação em que há a presença de um emissor, da mensagem, canal, ruído e do receptor. Shannon e Weaver (1975) apresentam como as informações se disseminam na sociedade, e elucidam que essas informações deveriam ser entendidas como a liberdade de escolha do indivíduo.

Já as concepções de Mcluhan (1990) permitem refletir a comunicação como processo que revela uma sociedade movida pela evolução dos meios de comunicação, o autor traz como exemplos o avanço do rádio, da televisão, da fotografia e da imprensa e também destaca o desenvolvimento da tecnologia. Dessa forma, o autor traz uma perspectiva de uma sociedade que está em constante transformação após a revolução dos meios de comunicação que se modificam e revelam mudanças nos processos sociais e políticos. Nesse sentido, Mcluhan (1990) estuda a comunicação como um processo complexo e dinâmico, nesse processo são considerados o meio em que o indivíduo está inserido e a recepção da mensagem.

À vista disso, a partir das perspectivas apresentadas e considerando a Comunicação sob o ponto de vista da CI, a informação é entendida como um fenômeno social que permeia aspectos, econômicos, políticos, educacionais e faz parte da construção do conhecimento, dessa forma, para a informação ser transmitida/disseminada é necessário que ela passe pelo processo de comunicação, processo que se relaciona a recepção da informação e ao meio a que esta e o indivíduo se inserem.

Desse modo, é possível assimilar que os campos da Ciência da Comunicação e da CI podem ser estudados por diferentes enfoques, buscando pontos de aproximação entre as duas áreas, o que produz conhecimentos valiosos para ambas as partes. Outro modo

refletido aqui, é o estudo de ambas as áreas, porém analisando a informação como fenômeno e a comunicação como processo, o que pode revelar novas perspectivas de estudos, que podem avançar nas reflexões conduzidas na pesquisa.

A seção seguinte trabalha as concepções acerca do processo de comportamento informacional, tecendo reflexões e considerações sobre esse processo trabalhado na perspectiva comunicacional.

COMPORTAMENTO INFORMACIONAL: PERSPECTIVAS COMUNICACIONAIS

Esta seção apresenta e discute o conceito de comportamento informacional a partir do viés da CI, que é a área de origem desse processo. Além disso, são apresentados as formas com que o processo tem sido trabalhado na área da Comunicação, apresentando estudos desenvolvidos no PPGCOM/UFG.

O termo " Comportamento informacional" é um processo que busca investigar o processo de busca por informações de acordo com a necessidade de cada pessoa, além de investigar o uso e a disseminação das informações na construção de um conhecimento.

Nesse sentido, Thomas Wilson (2000) elenca que o comportamento informacional é orientado por todo comportamento humano que se associa às diferentes fontes e aos canais de informação; englobando a busca ativa e passiva por informações, bem como o seu uso. Deste modo, abarca a comunicação de uma pessoa perante a outra, assim como a recepção passiva de informações presentes em comerciais de televisão, sem haver qualquer intuito de atuar acerca das informações evidenciadas.

Partindo da ótica do comportamento informacional, Araújo e Paula (2017) ressaltam que compreender o comportamento informacional dos indivíduos no que diz respeito à necessidade, e ao uso das informações é uma preocupação constante da CI, desde seu início.

A partir dessas percepções, é exigível refletir que o processo de comportamento que apesar de ser um recurso investigativo cunhado pela CI, é um meio que pode ser investigado por diferentes áreas do conhecimento sobretudo na área de Comunicação, pois como pode ser notado, esse processo também investiga a comunicação entre as pessoas e as formas com que as informações são recepcionadas, o que faz relembrar a "A teoria Matemática da Comunicação" de Shannon e Weaver (1949) em que a informação e a comunicação são estudadas em conjunto.

Contextualizando essa discussão no universo do PPGCOM/UFG, é possível resgatar estudos desenvolvidos no Programa na linha de Pesquisa Mídia em Informação. O primeiro deles é a dissertação desenvolvida por Barros Junior (2021) que analisou o Comportamento Informacional de jornalistas atuantes em veículos de mídia on-line de Goiânia, capital do Estado de Goiás, na composição de notícias, reportagens, artigos e outros produtos jornalísticos relacionados à ciência, a justificativa do estudo se pauta no anseio de oferecer uma nova perspectiva profissional sob a visão de jornalistas, para discutir o jornalismo em Goiânia-GO e na região metropolitana, discutindo especificamente sobre o trabalho de jornalistas comunicadores para a disseminação da ciência nessa cidade por meio da repercussão de pesquisas e estudo científicos.

Já Santos (2021) Investigou o comportamento informacional do(a) bibliotecário(a) participante do grupo "Bibliotecários do Brasil" no Facebook, frente a disseminação de fake news. O estudo se justifica pelo interesse do pesquisador, considerando o avanço das fake news, destacando a importância dos critérios de busca, avaliação e uso das informações por bibliotecários(as) perante as redes sociais e os meios de comunicação como forma de contrapor a desinformação na era da informação.

Cavalcanti (2022) desenvolveu o estudo "A Competência informacional no contexto da Educação Profissional e Tecnológica: um estudo de caso sobre o curso técnico em Nutrição e Dietética" buscando entender de que o forma o letramento informacional poderia auxiliar no desenvolvimento de competências e habilidades informacionais em estudantes da Educação Profissional e Tecnológica do curso técnico de Nutrição e Dietética no desenvolvimento dos Trabalhos de Conclusão de curso e nesse processo também foi considerado como o comportamento informacional pode interferir nesse processo. A pesquisa se justificou pelo trabalho e a interlocução entre a comunicação, educação, cultura e informação, considerando como escopo a disseminação da informação para a sociedade e constituição do indivíduo.

Vale ressaltar ainda, o estudo de Vieira (2024) que analisou o comportamento informacional do corpo docente da Universidade Federal de Goiás das áreas de Ciências Humanas e Ciências Sociais Aplicadas, na sua prática pedagógica, em relação à temática étnico-racial. A pesquisa teve como justificativa a compreensão da dimensão da informação e da comunicação como ferramentas de uso crítico e reflexivo que podem promover mudanças sociais.

Ao resgatar estes estudos, foi observado que apesar deles trabalharem diferentes perspectivas sobre o comportamento informacional, sob a ótica de um jornalista e três pessoas bibliotecárias respectivamente, eles possuem pontos em comum. Essa relação se estabelece no emprego da perspectiva sobre os campos da Informação e da Comunicação, que foram trabalhados de forma complementar, no sentido de que para haver comunicação se faz necessário também o elemento informação, pois são componentes conectados e envolvem o desenvolvimento social, cultural, crítico e responsável em relação ao uso da informação e a sua disseminação, que é quando ocorre a comunicação, além de trabalharem a comunicação em uma perspectiva tecnológica, a partir dos meios de comunicação.

Refletindo sobre isso, foi impossível relembrar das discussões que se desenrolaram na disciplina "Seminário avançado de epistemologia e pesquisa em cidadania e cultura" para nível doutorado do PPGCOM/UFG no "2º Segundo debate intermediário- Entre o indicial e o metateórico: a questão do método na busca pelo especificamente comunicacional". Nesta o ocasião, Braga (2024) indagou que todas as áreas do conhecimento envolvem a comunicação, essa perspectiva leva a reflexão de que é no sentido da comunicação estar presentes em todas as áreas do conhecimento que ela contribui para CI no ponto de vista de ser um processo que possibilita em que a informação seja transformada em conhecimento.

Nessa perspectiva, é possível refletir que a comunicação está presente em todas as áreas do conhecimento como afirma o autor, pelo fato da comunicação ser o meio pelo qual o conhecimento é transmitido, compartilhado e expandido. Dessa forma, é possível considerar que a comunicação também pode ter uma relação interdisciplinar com outros campos científicos além da CI, e pode ser explorada sobre diferentes vieses.

É essa relação interdisciplinar que pesquisadores da área da CI procuram continuamente reforçar, pois como pode ser notado nas pesquisas acima mencionadas, se trata de uma conexão produtiva e coerente que pode continuar sendo explorada em busca de novos conhecimentos, estabelecendo pontos de similaridades ou não, ou até mesmo tensionando os conceitos.

À vista disso, também é possível retomar as percepções de Signates (2018) que estuda a hipótese da ciência da Comunicação ser constituída como uma ciência básica tardia, essa perspectiva pode ser o caminho para compreender como a Comunicação como ciência se insere nas demais áreas do conhecimento e os resultados delas nas relações sociais.

É possível perceber então, que trabalhar o comportamento informacional sob um enfoque comunicacional, além de expandir a relação interdisciplinar que a CI tem com a ciência da Comunicação, pode avançar também no diálogo de que é possível pensar a comunicação como um processo de transmissão/disseminação das informações dentro de um processo que investiga o comportamento informacional do indivíduo, o que envolve a análise, da busca, do uso e da disseminação da informação para a construção do conhecimento.

Nesse sentido, os ensinamentos efetuados na disciplina "Seminário avançado de epistemologia e pesquisa em cidadania e cultura" além de levantar a análise da comunicação a partir da sua gênese, apresentando teorias com o intuito de se fazer entender aspectos especificamente comunicacionais e como a comunicação ocorre socialmente, essa disciplina permitiu que os objetos de pesquisa fossem refletidos em busca de identificar o especificamente comunicacional de cada estudo, e no caso da pesquisa desta pesquisa, a lição que fica sobre o especificamente comunicacional é que a comunicação pode explicar as relações sociais e dialogar com a diversidade.

Partindo desta percepção, o especificamente comunicacional do processo de comportamento informacional se estabelece justamente a partir das relações sociais, tendo como base Silva (2022), o comportamento informacional pode ser concebido através de um procedimento oriundo ao ser humano, na particularidade de sujeito sociável reprodutor de conhecimentos que acontecem nas interações estabelecidas na qualidade de sujeito informacional realizando ações de busca, uso e transferência de informações.

Em relação ao diálogo e a diversidade, o comportamento informacional em si promove uma conexão com a diversidade por ser um processo que considera a informações nos mais diversos aspectos e contextos no que diz respeito ao procedimento de busca até a sua transmissão/disseminação para produção do conhecimento, as informações podem ser de diferentes tipologias, e dialogar com diversas áreas do conhecimento de acordo com as demandas informacionais de cada indivíduo. Dessa forma, é compreensível que esse processo pode ser investigado por diferentes óticas.

A seção seguinte trata das considerações finais deste estudo, retomando a problemática, os objetivos do estudo e tecendo meditações acerca das reflexões levantadas.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A problemática levantada neste estudo que se apresenta na seguinte questão: De que forma os temas Comunicação, Informação e Comportamento informacional têm sido discutidos pelos discentes do PPGCOM/UFG? pôde ser respondida ao longo do trabalho, pois foi entendido que a temática levantada é apresentada pelos discentes do PPGCOM/UFG na perspectiva da interdisciplinaridade entre os dois campos, partindo da percepção que estudar ambos os campos de forma complementar beneficia ambas as partes, e reflete a necessidade de muitos pesquisadores começarem a refletir sobre esse estudo.

Já em relação ao comportamento informacional, foi identificado que alguns discentes do PPGCOM/UFG que trabalharam esse processo em suas pesquisas até o momento, apresentaram uma perspectiva complementar, refletindo sobre os pontos de conectividade, partindo do premissa que a comunicação acontece por meio da informação, e isso se desenvolve socialmente, além disso, os discentes discutem também a comunicação a partir dos meios de comunicação no que diz respeito às tecnologias.

O objetivo geral e os objetivos específicos desta pesquisa, também foram respondidos, a partir da discussão proposta, pois a partir da análise realizada foi possível destrinchar cada um dos objetivos propostos e discutir sobre eles empregando a perspectiva de autora da pesquisa, que entende a importância tecer reflexões sobre a comunicação, a informação e comportamento informacional dentro do PPGCOM/COM pois com a abertura da linha de pesquisa “Mídia e informação” pesquisadores da área de CI enxergaram a chance de desenvolverem pesquisas que podem ser pertinentes para ambos os campos, e essa pesquisa também abraça essa perspectiva.

O desenvolvimento deste estudo gerou a observação do quão é importante trabalhar especificidades entre o campo da Comunicação e da CI, pois podem constituir pontos de convergência e divergência, além de possibilitar o uso de novas metodologias de estudo que podem ajudar a avançar na discussão, e assim como o comportamento informacional, existem outros aspectos dentro da CI que podem ser incorporados no universo da Comunicação, cabe aos pesquisadores voltarem o foco para essa possibilidade.

REFERÊNCIAS

ARAÚJO, E. P. O.; PAULA, C. P. A. Comportamento informacional: introdução de perspectivas simbólicas e afetivas em investigações sobre usuários de informação. **Prisma.com (Portugal)**, n. 34, p. 46-63, 2017. Disponível em: http://hdl.handle.net/20.500.11959/brapci/71817. Acesso em: 13 ago. 2024.

BARROS JUNIOR, R. A. **Os bastidores da notícia de ciência**: levantamento do comportamento informacional de jornalistas em Goiânia. 2021. 158 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Universidade Federal de Goiás, Goiânia, 2021. Disponível em: https://repositorio.bc.ufg.br/tede/items/0937dbb8-c7d3-4452-824b-7d9573f9bc70. Acesso: 13 ago. 2024.

BRAGA, José Luiz Warren Jardim Gomes. **Segundo debate intermediário- Entre o indicial e o metateórico:** a questão do método na busca pelo especificamente comunicacional, 2024.

CAVALCANTI, L. A. B. **A competência informacional no contexto da educação profissional e tecnológica:** um estudo de caso sobre o curso técnico em Nutrição e Dietética. 2023. 132 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Universidade Federal de Goiás, Goiânia, 2022. Disponível em: https://repositorio.bc.ufg.br/tede/items/129c65eb-0b44-4418-930d-bba9d28adc84. Acesso: 14 ago. 2024.

CAVALCANTI, Larissa Andrade Batista. Estudo tensional entre comunicação e informação: uma perspectiva para a interdisciplinaridade, 2023.

COIMBRA, J. A. A. Considerações sobre a interdisciplinaridade. *In*:PHILIPPI JR. A.; TUCCI, C. E. M.; HOGAN, D. J. e NAVEGANTES, R.(Org.) Interdisciplinaridade em ciências ambientais. São Paulo: **Signus Editora**, 2000. p.52-70 Disponível em: https://www.unievangelica.edu.br/files/images/Interdisciplinaridade%20e%20Ci%C3%AAncias%20Ambientais%20(3).pdf#page=62. Acesso: 29. out. 2024.

DALFOVO, Michael Samir; LANA, Rogério Adilson; SILVEIRA, Amélia. Métodos quantitativos e qualitativos: um resgate teórico. **Revista interdisciplinar científica aplicada**, v. 2, n. 3, p. 1-13, 2008. Disponível em: https://portaldeperiodicos.animaeducacao.com.br/index.php/rica/article/view/17591. Acesso: 08 ago. 2024.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 1987.

LE COADIC, Yves-François. **A ciência da informação**. 2 ed. Brasília: Briquet de Lemos, 2004.

MARTELETO, Regina Maria. Informação: elemento regulador dos sistemas, fator de mudança social ou fenômeno pós-moderno?. **Ciência da Informação**, v. 16, n. 2, 1987. Disponível em: https://revista.ibict.br/ciinf/article/view/260. Acesso: 10 ago. 2024.

MARTINO, Luiz C. A ilusão Teórica no Campo da Comunicação**. Revista FAMECOS**, Porto Alegre, nº 36, agosto de 2008, quadrimestral. Disponível em: https://revistaseletronicas.pucrs.br/revistafamecos/article/view/4423. Acesso: 09 ago. 2024.

MCLUHAN, Marshall. **Visão, Som e Fúria**. In LIMA, L.C. Teoria da Cultura de Massa. 3º ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1990. p. 145 – 156.

PRODANOV, Cleber Cristiano; DE FREITAS, Ernani Cesar. **Metodologia do trabalho científico**: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico-2ª Edição. Editora Feevale, 2013. Disponível em: https://www.feevale.br/Comum/midias/0163c988-1f5d-496f-b118-a6e009a7a2f9/E-book%20Metodologia%20do%20Trabalho%20Cientifico.pdf. Acesso em: 07 ago. 2024.

SÁ, Alzira Tude. Uma abordagem matemática da informação: a teoria de Shannon e Weaver – possíveis leituras. **Logeion:** Filosofia da Informação, Rio de Janeiro, RJ, v. 5, n. 1, p. 48–70, 2018. DOI: 10.21728/logeion.2018v5n1.p48-70. Disponível em: https://revista.ibict.br/fiinf/article/view/4245. Acesso em: 1 nov. 2024.

SANTOS, Josué P. da Silva. O **comportamento informacional de bibliotecários(as) frente às fake news:** uma análise de participantes do grupo "bibliotecários do Brasil" no Facebook. 2021. 140 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Universidade Federal de Goiás, Goiânia, 2021. Disponível em: https://repositorio.bc.ufg.br/tede/items/5ed2c093-3124-4214-81bb-14a39fb7e008. Acesso: 13 ago. 2024.

SANTOS, Josué P. da Silva. **Percurso teórico entre comunicação e informação:** desdobramentos e tensões comunicacionais para estudos em comportamento informacional, 2022.

SARACEVIC, T. Ciência da informação: origem, evolução e relações. **Perspectivas em Ciência da Informação**, [S. l.], v. 1, n. 1, 2008. Disponível em: https://periodicos.ufmg.br/index.php/pci/article/view/22308. Acesso em: 20 maio. 2024.

SHANNON, C. E.; WAEVER, W. **A teoria matemática da comunicação.** Tradução de Orlando Agueda. São Paulo: DIFEL, 1975.

SIGNATES, L. A comunicação como ciência básica tardia: uma hipótese para o debate. **E-Compós**, [S. l.], v. 21, n. 2, 2018. DOI: 10.30962/ec.1387. Disponível em: https://www.e-compos.org.br/e-compos/article/view/1387. Acesso em: 13 ago. 2024.

SILVA, Jonathas Luiz Carvalho. Das concepções disciplinares na Ciência da Informação e/ou de suas configurações epistemológicas: o desiderato percepcionado da interdisciplinaridade. **Investigación Bibliotecológica:** archivonomía, bibliotecología e información, v. 27, n. 59, p. 67-92, 2013. Disponível em: https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0187358X13725310. Acesso: 29 out. 2024.

SILVA, Teotonilia Maria Batista da. **O comportamento informacional dos docentes do Colégio da Polícia Militar do Estado da Bahia, Unidade Dendezeiros**: uma análise do uso dos dispositivos das redes sociais para a prática de pesquisa orientada às atividades de iniciação científica. 2022. 68f. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação)- Instituto de Ciência da Informação, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2022. Disponível em: https://repositorio.ufba.br/bitstream/ri/36003/1/Dissertac%CC%A7a%CC%83o%20Teotonilia.pdf. Acesso: 24 mar. 2023.

VIEIRA, S. C. **Ensinando a transgredi**r: o comportamento informacional de docentes para a efetivação de uma educação antirracista. 2024. 145 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Faculdade de Informação e Comunicação, Universidade Federal de Goiás, Goiânia, 2024. Disponível em: https://repositorio.bc.ufg.br/tede/items/1b476e68-40b9-4190-90b0-f57eee835fd5 . Acesso: 13 ago. 2024.

WEBER, M. H.; STUMPF, I. R. O debate retomado: conflitos e convergências entre comunicação e informação. **Intexto**, Porto Alegre, n. 34, p. 11–27, 2015. DOI: 10.19132/1807-8583201534.11-27. Disponível em: https://seer.ufrgs.br/index.php/intexto/article/view/59316. Acesso em: 1 nov. 2024.

WILSON, T. D. Human information behavior. **Informing Science**, v. 3, n. 2, p. 49-53, 2000. Disponível em: https://inform.nu/Articles/Vol3/v3n2p49-56.pdf. Acesso: 20 mar. 2023.

O(s) autor(es) é(são) responsável(is) pela fidedignidade dos dados apresentados.

O MEIO É A MENSAGEM: ANÁLISE DO TRATAMENTO TEMÁTICO DA INFORMAÇÃO E SUAS ABORDAGENS ATRELADAS A MÍDIAS SOCIAIS

Hadrya Caroline Costa Silva[1]
Lais Pereira de Oliveira[2]

RESUMO

Aborda o tratamento temático da informação junto ao contexto das mídias sociais, como forma de discorrer sobre o modo com que conteúdos são difundidos e viabilizados aos usuários em tais plataformas, sob os auspícios da teoria de McLuhan de que o meio é a mensagem. Envolve o levantamento bibliográfico de autores que discorrem sobre o tratamento temático da informação e literatura contemporânea que se propõe às abordagens sobre as mídias sociais, a informação, a sociedade e a comunicação. Conclui-se que a teoria expressa por McLuhan, de que o meio é a mensagem, se mostra pertinente ao contexto ora abordado, haja vista a influência dos meios midiáticos digitais e o núcleo conteudista que ofertam.

Palavras-chave: Tratamento temático da informação; Conteúdo; Comunicação; Instagram; Tik Tok.

THE MEDIUM IS THE MESSAGE: ANALYSIS OF SUBJECT REPRESENTATION AND ITS APPROACHES LINKED TO SOCIAL MEDIA

ABSTRACT

It addresses the subject representation in the context of social media, as a way of discussing how content is disseminated and made available to users on such platforms, under the auspices of McLuhan's theory that the medium is the message. It involves a bibliographic survey of authors and classic texts that discuss the subject representation, as well as contemporary literature that proposes approaches to social media, information, society and communication. It concludes that the theory expressed by McLuhan, that the medium is the message, is pertinent to the context now addressed, given the influence of digital media and the content core they offer.

Keywords: Subject representation; Content; Comunication; *Instagram*; *Tik Tok*.

[1] Discente do curso de Biblioteconomia pela Universidade Federal de Goiás, hadrya_caroline@discente.ufg.br, bolsista PIBIC.
[2] Doutora em Ciência da Informação. Docente do curso de Biblioteconomia da Universidade Federal de Goiás, laispereira2@ufg.br

INTRODUÇÃO

A Internet é um canal de produção e difusão de informações que se faz presente no dia a dia da maioria da população mundial e pode ser considerada um enorme hipertexto, que encadeia páginas ou documentos em uma relação potencial (Ordonhes; Santos, 2021). Diferentes usos, assim como diversos tipos de conteúdos têm lugar nessa ambiência *web*.

Um dos grandes filósofos da Teoria da Comunicação, McLuhan centrou os estudos em comunicação sobre as mídias (Dias; Signates, 2023), sendo conhecido pela Teoria do Meio, na qual afirma que o meio é a mensagem, ou seja, a mensagem muda de acordo com a interface do meio. Isso permite analisar diferentes estruturas e plataformas, frente ao conteúdo que dispõem e como este é expresso ao usuário que o acessa.

Mcluhan comenta, ainda, que os meios digitais transformaram o mundo em uma Aldeia Global (McLuhan, 1964). Pensando nessa Aldeia Global e no volume informacional produzido diariamente abrem-se, do mesmo modo, prerrogativas para teorizar a respeito de tal conjuntura, em busca de possibilidades para acessar os diferentes tipos de conteúdos produzidos. Isso encontra subsídio na discursividade presente na Comunicação e, também, na pragmática historicamente estabelecida em Biblioteconomia e Ciência da Informação acerca do tratamento documental por assunto. Zavalin, Zavalina e Miksa (2021), em consonância com essa questão, destacam que assunto, juntamente com título, são os dados mais comumente incluídos nos registros bibliográficos. Isso quer dizer que a evidência dos assuntos é algo de extrema importância para representar materiais bibliográficos e, não somente estes, mas também, todo e qualquer tipo de item informacional.

O chamado tratamento temático da informação (TTI) vem a ser uma ponte entre a informação e o usuário. Para Dias e Naves (2007) o tratamento da informação engloba todas as disciplinas, técnicas, métodos e processos relativos a esse entorno. Tem grande importância para que as informações sejam acessadas e recuperadas, principalmente nos dias atuais em que as informações possuem um grande valor.

No âmbito do tratamento da informação tem-se, portanto, o TTI, como uma de suas dimensões, que complementa e estabelece relação com o dito tratamento descritivo da informação (Dias; Naves, 2007). Juntos, tratamento descritivo e temático atuam para que documentos e informações sejam representadas para recuperação futura em bases de dados e sistemas de informação.

Recuperar informação é algo desafiador e que exige busca em fontes especializadas com critérios bem estabelecidos para a pesquisa, visando obter o conteúdo de interesse em meio a uma imensidade de opções. Em que pese essa questão, Byung-Chul Han (2022) define que, com o caos informacional, a democracia se degenera em infocracia, isso quer dizer que na sociedade contemporânea o que define as opiniões e atitudes da população são as informações ou, melhor simplificando, como elas se apresentam. Podemos analisar, por esse trecho, como o acesso à informação na Internet interfere no meio social e como a sua representação é essencial para que esteja disponibilizada de forma coerente e que atenda as necessidades dos usuários. Razão pela qual pesquisas dedicadas ao entendimento das formas de manifestação dos conteúdos na Internet se fazem necessárias.

No entendimento de que o conteúdo é influenciado pelo meio (Recuero, 2012) e que, a expressão de um conteúdo em uma dada plataforma *web* é influente na sua forma de utilização e consumo, a presente pesquisa busca analisar o tratamento temático da informação especificamente como estabelecido no contexto das mídias sociais, com enfoque no *Instagram* e no *Tik Tok,* buscando discutir como cada interface dispõe seus conteúdos de forma singular a ponto de refletir um dado nível de conteúdo.

Nestes termos, a pesquisa problematiza sobre os diferentes formatos de conteúdos nas mídias sociais *Instagram* e *Tik Tok*, que acabam por assumir tratamentos temáticos também distintos redimensionando a mensagem que chega aos usuários sob várias conotações. Tem-se, assim, conteúdos diversos com grande impacto no cotidiano das pessoas, que se configuram associados ao perfil estrutural do meio em que se encontram, seja na comunicação imagética, textual ou de outra ordem.

O *Instagram* tem o foco em imagens e o *Tik Tok* em vídeos. Cada qual encontra recorrência em uma conjuntura expressa de conteúdos. Desse modo, tem-se como problema de pesquisa a forma que o tratamento temático da informação é vislumbrado nas diferentes interfaces de mídias sociais que possuem formatos e estruturação peculiares, discutindo então, como o meio pode interferir na forma de tratar e dispor tais informações.

A pesquisa pode contribuir para compreender como o tratamento temático da informação se manifesta nas mídias sociais e como estas se apresentam aos usuários considerando sua amplitude de conteúdos e interfaces. Ao mesmo tempo, a pesquisa pode agregar aos conhecimentos das áreas de comunicação e informação, especificamente voltados para o entorno teorizante sob a forma dos fenômenos comunicacionais, dedicados

às teorias que embasam o ato de comunicar conteúdo e, para a organização e tratamento da informação, que tem lugar sobretudo pelo seu teor, se fazendo via de acesso aos conteúdos produzidos.

METODOLOGIA

A pesquisa é exploratória-descritiva e de natureza qualitativa. Sob a perspectiva da coleta dos dados tem-se, a priori, pesquisa bibliográfica estabelecida preferencialmente sobre a Base de Dados Referencial de Artigos de Periódicos em Ciência da Informação (BRAPCI).

A escolha da referida base atendeu ao objetivo de realizar prospecção teórica sobre as abordagens do TTI, pela via da literatura científica na forma de artigos científicos da área de Biblioteconomia e Ciência da Informação. A seleção dos materiais na BRAPCI empregou o filtro de busca considerando o título dos artigos, mediante expressão "tratamento temático da informação"; por sua vez, a obtenção de artigos sobre mídias sociais foi possibilitada a partir de combinações com a palavra "comunicação", "internet", "redes sociais", "instagram", "tiktok". Buscou-se centrar o construto referencial desta pesquisa nas discussões das mídias sociais e como o TTI é inserido nelas, por isso, o entorno é fundamentado em artigos de pesquisadores que discorrem sobre TTI, as mídias sociais e seus usos.

Ao mesmo tempo, tem-se em um segundo nível a pesquisa documental, com ênfase sobre documentos oriundos das plataformas *Instagram* e *Tik Tok*. Para selecionar os materiais realizou-se busca no blog oficial do *Instagram*, que possui informações do funcionamento, incluindo como acontece a busca e recuperação da informação e, no *Tik Tok* foi empregada a busca na central de ajuda do aplicativo que informa como funciona o algoritmo e como o conteúdo pesquisado é apresentado ao usuário.

No que diz respeito aos documentos sobre termos de uso das plataformas mencionadas, somaram-se esforços para abarcar concepções descritivas de suas funcionalidades mediante autores renomados no assunto, agregando de forma conjunta conceitos da comunicação como o de McLuhan, a partir de seu conceito fundamental de que o meio é a mensagem. Isso porque tem por fundamento a análise como as informações são tratadas de formas singulares em cada uma dessas mídias sociais. Soma-se para tal a concepção de Byung-Chul Han com seu conceito de *infocracia,* que ajuda a perceber como em uma sociedade digital, a informação é um "tesouro" e a forma em que ela se apresenta

pode interferir nas escolhas e julgamentos dos indivíduos, gerando a degeneração da democracia em *infocracia.*

A análise dos dados foi realizada por meio da leitura atenta e entendimento dos materiais coletados, seja na BRAPCI ou mesmo na parte documental obtida nos blogs das mídias sociais selecionadas como plano amostral.

TRATAMENTO TEMÁTICO DA INFORMAÇÃO E SUAS BASES CONCEITUAIS

O tratamento temático da informação configura-se como um amplo processo ao qual outros se atrelam, na prática de estabelecimento do assunto ou teor de um item informacional. Esse princípio de atuação faz do TTI elemento centralmente importante para conceder acesso às informações em qualquer tipo de suporte e formato.

Auxiliar o usuário a atender suas necessidades de informação, permitindo a obtenção de recursos de informação necessários representa uma verdadeira prioridade em Biblioteconomia e Ciência da Informação (Zavalin; Zavalina; Miksa, 2021). Razão pela qual o TTI assume importância real, pois o assunto é uma das formas básicas de pesquisa e recuperação de conteúdos.

Destaque seja dado para a atuação conexa do TTI juntamente com o tratamento descritivo da informação, segundo o qual se acede aos atributos físico-formais de um documento, ou seja, seus dados de produção e publicação. Nessa perspectiva, tem-se a concepção de Bräscher e Café (2008), segundo a qual os objetivos da organização da informação são atingidos na medida em que se estabelece tanto a descrição física quanto de conteúdo dos itens informacionais.

Tratamento temático da informação é, portanto, a atividade que permite apontar o conteúdo temático de um dado texto (Monteiro; Giraldes, 2008). Com isso, se estabelece em uma frente de representação do teor presente em um item informacional. Nas palavras de Guedes (2009), reflete uma área com responsabilidade de identificar assuntos e conceber meios para sua representação.

Historicamente, Hutchins (1973) já demonstrava preocupação com o estabelecimento de esforços pela Biblioteconomia e Ciência da Informação para compreender a análise do conteúdo documental, com vistas ao avanço teórico da área. Outro teórico clássico, Foskett (1973) ressaltou os graves problemas na função de abordagem temática de um documento, incitando mais pesquisas no tema.

Fato é que o tratamento temático da informação se estabeleceu, ao longo dos anos, como verdadeiro objeto de problematização, dentro da incursão investigativa brasileira (Gracioso; Martínez-Ávila; Simões, 2019). Em clássico texto no tema, Guimarães (2008) destaca o espaço ocupado pelo TTI tanto na literatura quanto na prática bibliotecária. Isso incita investigações que se detenham à sua abordagem, em um desses vieses, teórico ou prático, como também em novas perspectivas de discussão.

Genericamente, o tratamento temático da informação busca a identificação particular de assuntos representativos de um documento (Rabelo; Bentes Pinto, 2019). Assim, tanto concede a determinação do conteúdo quanto o acesso ao item pelo assunto que contém (Sousa, 2013). Por esse motivo considera-se o TTI como elemento mediador entre o documento e o usuário que vai buscá-lo e acessá-lo (Braz; Carvalho, 2017).

O tratamento temático da informação pode abranger as atividades de análise, descrição e representação, utilizando-se de instrumentos com o intuito de gerar produtos (Braz; Carvalho, 2017). Esses produtos vêm a ser a informação em seu resultado final que se apresenta ao usuário, por isso o TTI é tão precioso, pois é por meio dele que a informação será analisada, tratada, indexada e recuperada por assunto.

Segundo observa Guimarães (2008) e, também, Oliveira e Martínez-Ávila (2019), há processos, produtos e instrumentos específicos, inerentes ao tratamento temático da informação. Para que esse entorno de processos do TTI avance, há que se ter mais estudos sobre a própria instância de assunto (Guedes, 2009).

Todavia, mesmo que o teor analítico de assunto tenha sido visto como atividade procedimental delegada a alguns profissionais (Guimarães, 2008; Sousa, 2013), em especial atenção aqui para a ação bibliotecária de representação do teor documental, pode-se afirmar que o TTI em si é mais do que processos (Oliveira; Martínez-Ávila, 2019). Como destacam Oliveira, Grácio e Martínez-Ávila (2020); sustenta-se em importante nível teórico-conceitual e designa um conjunto de conhecimentos de representação de assuntos.

Postula-se, então, uma abordagem do tratamento temático da informação enquanto via conteudista que pode ser identificada em diferentes estruturas e plataformas de conteúdo, principalmente ao se considerar, nas palavras de Castro e Santos (2009), mais e mais informações publicadas, tanto quanto armazenadas e disponibilizadas na *web*. É justamente esse o objeto central de discussão, abaixo estabelecido.

TRATAMENTO TEMÁTICO DA INFORMAÇÃO NAS MÍDIAS SOCIAIS INSTAGRAM E TIK TOK

Como observam Echegaray e Fernandes (2023, p. 784) a mídia social digital "já é uma realidade dentro da comunicação, dado o seu entendimento como um meio". Todavia, é importante distingui-la do conceito de rede social. Assim:

> O conceito de redes sociais precede a Internet e as ferramentas tecnológicas – ainda que o termo não fosse popular no passado. Há algumas correntes que apontam a existência das redes sociais há anos. São comunidades, redes de relacionamentos, tribos. Já as mídias sociais passaram a ser interpretadas como as plataformas de Internet que facilitam e aceleram a conexão entre as redes (grupos) sociais. (Brasil, 2014, p. 8)

Dessa forma, *Twitter*, *Instagram* e *Facebook* são mídias sociais, as quais contam com milhares de usuários cadastrados, cujo quantitativo só cresce (Garcia; Sá, 2017). Segundo contextualiza Quispe-Farfán (2023), a utilização de tais mídias teve início na primeira década do século XXI, dentro da conjuntura da chamada *web* 2.0, com forma de ferramentas digitais que alcançaram rápida popularidade.

Para entender melhor como as mídias sociais tratam a informação, foi analisado por meio do blog *About Instagram* um documento intitulado "Como funciona a pesquisa no *Instagram*" , formulado por Adam Mosseri, em 2021. Analisando este material constata-se que a barra de pesquisa do *Instagram* foi criada para encontrar "contas e tópicos de interesse" do usuário (Mosseri, 2021). Dessa forma, não se tem como objeto a obtenção de conteúdos específicos, visto que a recuperação é em torno de contas e quando falado em tópicos de interesse, foi implementado o uso de *tags*, locais, áudio e *Reels*. No blog é abordado como o *Instagram* está trabalhando com o uso de inteligência artificial para abranger mais ainda a recuperação. Assim:

> Originalmente, a pesquisa foi desenvolvida para ajudar você a navegar no Instagram. Porém, em breve, lançaremos diversas melhorias desenvolvidas para a inspiração e a descoberta. Elas farão da pesquisa no Instagram mais do que apenas uma forma de encontrar contas e hashtags. Introduziremos uma página completa para os resultados da pesquisa. Nela, você poderá aprofundar ainda mais suas buscas. (Mosseri, 2021, não paginado).

Podemos analisar, com a citação acima, como as mídias sociais estão se adaptando ao uso da Inteligência Artificial e como isso vem a ser um suporte para o tratamento temático da informação e seus usos. De alguma forma, portanto, funcionalidades são aprimoradas

para que os conteúdos possam ser mais visualizados.

O blog *About Instagram*, que pode ser acessado pelo Google, explica como o conteúdo é recuperado após o uso da ferramenta “pesquisar”. Adam Mosseri escreve que ela é diferente de todos os outros itens como o *Reels, Stories* e *o Feed*, pois é por meio do conteúdo pesquisado que o algoritmo é influenciado a mostrar os resultados. O conteúdo é selecionado a partir do que o algoritmo acredita ser relevante ao usuário, tendo por base o que um amigo em comum pesquisa ou um criador de conteúdo recomenda.

O artigo informa, ainda, como o *Instagram* utiliza os “sinais” como exemplo o uso de *hashtags*, contas e locais para classificar os resultados e possui como ordem de relevância: o texto da pesquisa; a atividade durante o uso do aplicativo; e as informações sobre os resultados da pesquisa. No artigo de Mosseri há um tópico que exemplifica como o aplicativo garante uma pesquisa segura, onde conteúdos identificados como *spam* ou que violem as diretrizes de recomendações aparecem em uma parte inferior e talvez seja necessário pesquisar o nome de usuário completo para encontrá-las, além de serem aplicadas medidas de segurança em tópicos considerados sensíveis.

A análise no *Tik Tok* foi feita a partir de um documento disponibilizado na central de ajuda do aplicativo, que data o ano de 2024, ou seja, está atualizado com os novos termos de uso que sinaliza sobre os sistemas de recomendação, o algoritmo do aplicativo funciona por meio da interação do usuário com o aplicativo, ou seja, a pesquisa é um dos meios de influenciar o que o usuário acessa em seu *For You*, além de outros fatores que influenciam a recomendação no aplicativo, como as curtidas e o tempo de tela gasto em cada vídeo.

Por meio do documento é possível compreender que a barra de “Procurar” do aplicativo tem como fatores as interações do usuário (o que o usuário curte e assiste por inteiro ou pula), informações do conteúdo (relevância do conteúdo, *hashtags*) e informações do usuário (preferência de idioma e localização). Ao observar os outros fatores pode ser ressaltado que o aplicativo também possui Diretrizes da Comunidade e com isso o conteúdo recuperado e de recomendação é baseado em conteúdos que não violem essa Diretriz.

Após esses detalhes de como os distintos conteúdos são dispostos e recuperados é possível perceber que os dois aplicativos possuem diretrizes e maneiras específicas de apresentar a informação, que prezam o interesse do usuário, ou seja, a informação pode ser a mesma, mas, o seu tratamento temático (teor) irá diferir nas duas redes, tendo objetivos diferentes no que concerne à recuperação. Aqui pode-se apontar, pelo entorno teorizante

fornecido pelo TTI, que o conteúdo temático do *Instagram* é dedicado à localização mais intrínseca, das contas criadas, enquanto o *Tik Tok* atende a conjunturas mais extrínsecas, incluindo o conteúdo curtido, por exemplo.

Tendo em vista que o *Instagram* tem como conteúdo no *feed* fotos e vídeos, como uma forma de álbum de recordações com a interação entre amigos, ao recuperar a informação, tem como prioridade, de acordo com o blog consultado, a recuperação de contas de usuários. Já o *Tik Tok*, de acordo com a fonte consultada, tem como foco informacional os vídeos, normalmente produzidos pelos usuários.

Frente a tais especificações, viabilizadas pela pesquisa documental, retomam-se aqui as discussões atreladas à teoria de McLuhan. Tem-se que este foi um verdadeiro intelectual midiático (Martino, 2008), o que, por si só, já o aproxima das proposições relativas ao contexto das mídias sociais. Por essa razão, considera-se necessário o debate aqui expresso, buscando incorrer em sua abordagem ao mesmo tempo em que se busca demonstrar o caráter de tratamento temático dos conteúdos nas mídias sociais *Instagram* e *Tik Tok*.

Mais do que isso, é válido destacar a concepção de McLuhan de que a tecnologia molda diferentes formas de comunicação (Pereira, 2004), o que permite compreender a distinção de conteúdos disponibilizados em estruturas como *Instagram* e *Tik Tok*, com formas e propósitos variados, enquanto condicionantes de expressões comunicativas atendendo a diferentes frentes.

Pereira (2004, p. 10) explora a noção de McLuhan de que “a natureza e as dinâmicas das tecnologias de comunicação exigem sempre muito cuidado quanto analisadas em função dos efeitos que podem produzir na cultura como um todo, e nos indivíduos, em particular”. Desse modo, depreende-se que *Instagram* e *Tik Tok* podem gerar efeitos distintos nos usuários, frente ao trato temático que estabelecem para seus conteúdos na forma de imagens, áudios ou vídeos.

Ato contínuo, a mensagem emanada de diferentes estruturas vai incorrer em significações diversas no público que a ela têm acesso (Pereira, 2004). Necessariamente, pois, trata-se de abrir prerrogativas para assimilações de distintas ordens no sujeito que busca conteúdo no *Instagram* ou no *Tik Tok*.

A teoria de o meio ser a mensagem pode, da mesma forma, ser interpretada em um dos capítulos do livro “A aventura do livro do leitor ao navegador”, do historiador Roger Chartier, publicado em 1999, que postula como um romance de Balzac pode se apresentar

de forma diferente, mesmo que não mude nenhuma linha sequer do texto, se postado em um folhetim ou em um livro para os gabinetes de leitura (Chartier, 1999, p. 138). A forma como o meio é tratado na literatura se mostra um ponto importante para a construção da informação em seu estágio final e a forma que irá se apresentar.

O meio é transitivo, pois, quando utilizado em meio digital pode ter um certo público e na forma impressa outro, o que torna o TTI, também aqui, um importante elemento de conexão para pensar o como e onde.

CONCLUSÃO

A pesquisa buscou analisar o tratamento temático da informação especificamente como estabelecido no contexto das mídias sociais, com enfoque no *Instagram* e no *Tik Tok,* buscando discutir como cada interface dispõe seus conteúdos de forma singular a ponto de refletir um dado nível de conteúdo.

Constatou-se que no contexto das mídias sociais aqui abarcadas a informação é adaptada a partir de conteúdos que atendem a princípios diferentes de uso; assim, mesmo que a demanda informacional seja a mesma, o tratamento temático dado à informação nessas estruturas não será, fazendo com que ora seja viável a recuperação de vídeos, ora de imagens, podendo ou não ter relação com a expressão de busca utilizada na plataforma.

Merece destaque o conjunto especificado acerca das possibilidades de acesso aos conteúdos que *Instagram* e *Tik Tok* concedem. Isso porque acaba por demonstrar um entorno comunicacional dos conteúdos das plataformas previamente planejado e seguindo alguns princípios. Decorre daí que na pesquisa, alguns pontos serão reforçados e disponibilizados em detrimento de outros, independente de qual seja a intenção do usuário na busca.

O meio se mostra, assim, determinante na mensagem que seja ao usuário. Ainda assim, o contínuo da pesquisa poderá viabilizar maiores constatações sobre o aspecto do nível de tratamento temático dos conteúdos, em condições de estabelecer teorizações e aproximações com outras teorias comunicacionais e informacionais.

Tem-se, como limitações da pesquisa, a falta de materiais institucionais e fontes documentais abertas referentes aos aplicativos *Instagram* e *Tik Tok*. Além do que, acredita-se que, por ser uma dinâmica comunicacional atrelada a tecnologias ainda em curso de desenvolvimento, faltam referências pontuais que busquem discorrer sobre o tratamento de

assunto nesse cerne. Propriamente, o desenvolvimento de pesquisa bibliográfica e documental restringe a pesquisa a uma via analítica restrita à constatação de tais meios. E, ainda, expõe-se a conjuntura voltada exclusivamente a uma teoria da comunicação, frente aos propósitos aqui estabelecidos.

Pesquisas futuras podem se dedicar a explorar o tratamento temático da informação em outras plataformas e ambientes informacionais, como forma de reconhecer como os conteúdos são disponibilizados a partir das condições de busca e acesso aos seus usuários. Além disso, destaca-se a possibilidade de incursão investigativa com plano amostral sobre publicações feitas no *Instagram* e no *Tik Tok* para comparativo do discurso emanado com outras correntes teóricas da comunicação e também da informação.

REFERÊNCIAS

BRÄSCHER, Marisa; CAFÉ, Lígia. Organização da Informação ou Organização do Conhecimento? *In*: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, 9. **Anais [...]**. São Paulo: USP, 2008.

BRASIL. Secretaria de Comunicação Social. **Manual de orientação para atuação em mídias sociais**. 2014. Disponível em: https://www.gov.br/gestaodeconteudo/pt-br/arquivos/manual-de-redes-sociais-idg.pdf. Acesso em: 09 out. 2024.

BRAZ, Márcia Ivo; CARVALHO, Evanise Souza de. Práticas em tratamento temático da informação: interfaces do ensino e aprendizagem. **Revista Brasileira de Biblioteconomia e Documentação**,v. 13,n., 2017. Disponível em: https://brapci.inf.br/#/v/4861. Acesso em: 9 out. 2024.

CASTRO, Fabiano Ferreira de; SANTOS, Plácida Leopoldina Ventura Amorim da Costa. Uso das tecnologias na representação descritiva: o padrão de descrição bibliográfica semântica MarcOnt Initiative nos ambientes informacionais digitais. **Ciência da Informação***,* Brasília, v. 38, n. 1, p. 74-85, jan./abr. 2009.

CHARTIER, Roger. O numérico como sonho de universal. *In*: CHARTIER, Roger. **A aventura do livro:** do leitor ao navegador. São Paulo: Unesp, 1999.

DIAS, Eduardo Wense; NAVES, Madalena Lopes. Tratamento temático da informação. *In*: DIAS, Eduardo Wense; NAVES, Madalena Lopes. **Análise de assunto:** teoria e prática. Brasília:

Thesaurus, 2007. Cap. 1, p. 13-26.

DIAS, Luiz Eduardo Kruger; SIGNATES, Luiz Antônio. Tensionando conceitos em comunicação: um olhar sobre a temporalidade. *In*: SEMINÁRIO INTERNACIONAL DE MÍDIA, CULTURA, CIDADANIA E INFORMAÇÃO, 17., 2023. **Anais eletrônicos [...]**. Goiânia: PPGCOM, 2023. p. 647-663.

ECHEGARAY, Ayeska; FERNANDES, Ana Rita Vidica. Uma imagem e três narrativas: o poder da transcriação nas mídias sociais digitais. *In*: SEMINÁRIO INTERNACIONAL DE MÍDIA, CULTURA, CIDADANIA E INFORMAÇÃO, 17., 2023. **Anais eletrônicos [...]**. Goiânia: PPGCOM, 2023. p. 782-801.

FOSKETT, Antony Charles. **A abordagem temática da informação**. Tradução de Antonio Agenor Briquet de Lemos. São Paulo: Polígono; Brasília: Ed. Universidade de Brasília, 1973. 437 p.

GARCIA, Isabele Oliveira dos Santos; SÁ, Maria Irene da Fonseca e. Bibliotecas no Instagram: um estudo sobre o uso do aplicativo por unidades de informação. **PRISMA.COM**, v. 35, p. 108-151, 2017.

GUEDES, Emanuel Guedson Ferreira. **O conceito aboutness na organização e representação do conhecimento**. 2009. 90 f. Dissertação (Mestrado em Ciência da informação) – Faculdade de Filosofia e Ciências, Universidade Estadual Paulista, Marília, 2009.

GUIMARÃES, José Augusto Chaves. A dimensão teórica do tratamento temático da informação e suas interlocuções com o universo científico da International Society for Knowledge Organization (ISKO). **Revista Ibero-Americana de Ciência da Informação**, Brasília, v. 1, n. 1, p. 77-99, jan./jun. 2008.

GRACIOSO, Luciana de Souza; MARTÍNEZ-ÁVILA, Daniel; SIMÕES, Maria da Graça de Melo. "Tratamento Temático da Informação" na pesquisa Brasileira em Ciência da informação: percursos e relações. **Scire**, Zaragoza, v. 25, n. 2, p. 23-34, jul./dic. 2019.

HAN, Byung-Chul. **Infocracia:** digitalização e a crise da democracia. Tradução: Gabriel S. Phillipson. Rio de Janeiro: Vozes, 2022. Título original: Infokratie. ISBN: 9786557136201.

HUTCHINS, William John. On the problem of 'aboutness' in document analysis. **Journal of Informatics**, v. 1, n. 1, p. 17-35, 1977.

MARTINO, Luiz C. Pensamento comunicacional canadense: as contribuições de Innis e McLuhan. **Comunicação, Mídia e Consumo**, São Paulo, v. 5, n. 14, p. 123-148, nov. 2008.

MONTEIRO, Silvana Drummond; GIRALDES, Maria Júlia Carneiro. Aspectos lógico-filosóficos da organização do conhecimento na esfera da Ciência da Informação. **Informação & Sociedade**, João Pessoa, v. 18, n. 3, p. 13-27, set./dez. 2008.

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. Tradução: Décio Pignatari. São Paulo: Cultrix, 1964. Título original: Understanding Media: The Extensions of Man.

MOSSERI, Adam. Como funciona a pesquisa no Instagram. *In:* Instagram. **Sobre o Instagram.** *[S.I],* 25 ago. 2021. Disponível em: https://about.instagram.com/pt-br/blog/announcements/break-down-how-instagram-searc h-works. Acesso em: 3 out. 2024.

OLIVEIRA, Lais Pereira de; GRÁCIO, Maria Cláudia Cabrini; MARTÍNEZ-ÁVILA, Daniel. A expressão "Tratamento Temático da Informação" em artigos de periódicos nacionais: análise da ocorrência e de suas variantes designativas. **AtoZ** - novas práticas em informação e conhecimento, v. 9, n. 2, p. 44-56, jul./dez. 2020.

OLIVEIRA, Lais Pereira de; MARTÍNEZ-ÁVILA, Daniel. Tratamento temático da informação: análise sobre abordagens e enfoques em artigos científicos da área de Ciência da Informação. **Informação em Pauta**, Fortaleza, v. 4, n. 2, p. 83-100, jul./dez. 2019.

ORDONHES, Ramon; SANTOS, Plácida Leopoldina Ventura Amorim da Costa. Marshall Mcluhan e o ciberspaço: o ambiente como questão informacional. **REBECIN**, São Paulo, v. 8, edição especial, p. 01-11, 2021.

PEREIRA, Vinicius Andrade. As tecnologias de comunicação como gramáticas: meio, conteúdo e mensagem na obra de Marshall McLuhan. **Contracampo**, n. 10/11, p. 7-20, 2004.

QUISPE-FARFÁN, Gabriela. Canales de YouTube de bibliotecas nacionales de la región América: un análisis de videos por categorías. **Revista Interamericana de Bibliotecología**, v. 46, n. 3, 2023.

RABELO, Camila Regina de Oliveira; BENTES PINTO, Virgínia. Tendências nos estudos de Representação Temática da Informação: uma revisão integrativa dos artigos científicos indexados na Brapci. **Em Questão**, Porto Alegre, v. 25, n. 2, p. 66-88, maio/ago. 2019.

RECUERO, Raquel. A Rede é a Mensagem: Efeitos da Difusão de Informações nos sites de Rede Social. *In*: VIZER, E. (org). **Lo que Mcluhan no previó**. Publisher: Editorial La Crujía, 2012.

REDIGOLO, Franciele Marques; SILVA, Marli Vitor da. A representação temática como mediadora implícita da informação em bibliotecas universitárias. **PontodeAcesso**, *[S. l.]*, v. 11, n. 2, p. 49-69, 2017. Disponível em: https://periodicos.ufba.br/index.php/revistaici/article/view/14307. Acesso em: 28 set. 2024.

SOUSA, Brisa Pozzi de. Representação temática da informação documentária e sua contextualização em biblioteca. **Revista Brasileira de Biblioteconomia e Documentação**, São Paulo, v. 9, n. 2, p. 132-146, jul./dez. 2013.

TIKTOK. **Central de ajuda Tik Tok.** [*S.l]: TIKTOK, 2024.* Disponível em: https://support.tiktok.com/pt_BR/using-tiktok/exploring-videos/how-tiktok-recommends-content. Acesso em 3 out. 2024.

ZAVALIN, Vyacheslav; ZAVALINA, Oksana L.; MIKSA, Shawne D. Exploration of Subject Representation and Support of Linked Data in Recently Created Library Metadata. **Library Resources e Technical Services**, v. 65, n. 4, 2021.

Agradecimentos ao Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq).

As autoras são responsáveis pela fidedignidade dos dados apresentados.

VOZES COLORIDAS: UMA REFLEXÃO SOBRE A PRESENÇA DE PESSOAS LGBTQIAPN+ NA PODOSFERA

Lucas Alves Caetano[1]
Mikaela Esber Pasa[2]
Katia Kelvis Cassiano [3]

RESUMO

Este trabalho tem como principal objetivo apresentar uma análise descritiva da podosfera, a partir de dados das pesquisas da Associação Brasileira de Podcast e do Spotify, a fim de compreender a presença da comunidade LGBTQIAPN+ nos podcasts. A partir disso, conseguimos fazer uma relação com os estudos culturais (Hall, 2006; Thompson, 1998) e com os estudos de gênero (Butler, 2003). É possível aferir então que projetos como "Vozes Coloridas" são capazes de trazer discussões sobre a comunidade.

Palavras-chave: podcast; gênero; sexualidade; estudos culturais.

Vozes Coloridas*: A reflection on the presence of LGBTQIAPN+ people in the Podosphere*

ABSTRACT

This work's main objective is to present a descriptive analysis of the podosphere, based on research data from the Brazilian Podcast Association and Spotify, in order to understand the presence of the LGBTQIAPN+ community in podcasts. From this, we were able to make a relationship with cultural studies (Hall, 2006; Thompson, 1998) and gender studies (Butler, 2003). It is then possible to determine which projects like Vozes Coloridas are capable of bringing discussions about the community.

Keywords: Podcast; gender; sexuality; cultural studies.

INTRODUÇÃO

O primeiro programa de podcast, Digital Minds do Danilo Medeiros, surgiu em 2004. Porém, por mais que esse novo formato tenha várias vantagens, como o compartilhamento por link RSS- *Real Simple Sindication*- facilitando a distribuição do material, os podcasts só

[1] Mestrando no Programa de Pós-Graduação de Comunicação, Universidade Federal de Goiás, lucasalves08@discente.ufg.br .
[2] Mestranda no Programa de Pós-Graduação de Comunicação, Universidade Federal de Goiás, mikaela030101@gmail.com .
[3] Professora efetiva do Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade Federal de Goiás, e-mail: katiakelvis@ufg.br

foram ter uma crescente em 2018. Segundo pesquisas da Associação Brasileira de Podcast (Abpod) de 2018, houve um aumento no público de podcast, abrangendo não só mais temas, mas também criando uma pluralidade de ouvintes.

Durante esse trabalho será realizada uma análise de dados com inferência estatística utilizando as pesquisas feitas pela Abpod, que em seus primeiros levantamentos já demonstrava que a mídia de podcast era majoritariamente masculina. Isso fez com que principalmente no início dos anos dois mil, os assuntos predominantes nesse formato fossem sobre tecnologia, notícias e cultura pop. Esse nicho tanto de produtores, quanto de ouvintes, fez com que por muito tempo certas pautas e temas não alcançassem essa mídia, porém com a crescente em 2018 e também durante a pandemia, os demais públicos começaram a ocupar seus espaços, e assim trazendo assuntos que os interessam.

Segundo um levantamento feito pelo Spotify em 2023, o ranking com os cinco podcasts mais ouvidos no Brasil são: Podpah, Mano a Mano, Café da Manhã, Psicologia na Prática e Não Inviabilize. Desses cinco mencionados, dois são apresentados regularmente por mulheres – Psicologia na Prática e Não Inviabilize – porém quantos deles são produzidos por pessoas LGBTQIAPN+ ? Dos podcasts citados nenhum deles, porém é ainda mais complicado quando analisamos os dados dos ouvintes, isso porque como iremos abordar mais para frente, eles são a minoria nessa mídia.

Se temos mais pessoas de uma comunidade falando nessa mídia e trazendo assuntos de interesse desse público, a tendência é as pessoas que pertencem a essa comunidade passarem a utilizá-la também. Um exemplo disso é a crescente no número de ouvintes mulheres em podcasts, que aconteceu juntamente com o aumento de produtoras nessa mídia (PodPesquisa, 2018 e 2019). Pressupomos que o mesmo aconteça com outros públicos, com isso um dos objetivos deste trabalho é compreender porque a comunidade LGBTQIAPN+ ainda não está tão presente na podosfera.

Para isso, utilizaremos como objeto de estudo o podcast “Vozes Coloridas” que faz parte de um projeto com o apoio da lei Paulo Gustavo no estado de Goiás, com o intuito de capacitar pessoas da comunidade LGBTQIAPN+ tanto para a produção quanto para a distribuição de podcasts. O programa, além de ter apresentadores e participantes da comunidade, traz pautas que a cercam, promovendo debates relevantes que muitas vezes não têm espaço nas grandes mídias.

Com isso, buscamos compreender a presença da comunidade LGBTIAPN+ na podosfera, através de uma análise descritiva a partir dos dados da Abpod e do Spotify. Assim, correlacionando com os estudos culturais de Hall (2006) e Thompson (1998), buscando entender porque essa comunidade ainda se encontra nas margens dessa mídia.

METODOLOGIA

Para iniciarmos nosso estudo, o primeiro passo é realizar um levantamento bibliográfico que torna possível dissertar sobre o objeto aqui escolhido. Portanto, recuperamos conceitos como a cultura e a identidade, muito discutidos por Hall (2006) e Thompson (1998), conceitos como gênero, sexo e sexualidade, nos quais trazemos Butler (2003), Bento (2012), Piscitelli (2002) e Louro (2004). Além disso, para contextualizarmos como a podosfera se encontra, iremos analisar dados fornecidos pelo Spotify, que é uma das maiores plataformas de áudio, e também iremos usar as pesquisas da Abpod, a fim de contextualizar a comunidade LGBTQIAPN+ na podosfera. Para aplicar o uso desses dados, iremos utilizar o livro "Análise de Dados e Estatística Descritiva" de António Silvestre (2007), fazendo um breve panorama do contexto que essa comunidade se encontra.

Em seguida, selecionamos um podcast por contato de uma das autoras que conhece a produtora do mesmo. O selecionado chama-se "Vozes Coloridas", e o objetivo aqui não é analisarmos o discurso presente nos episódios, mas sim fazermos uma análise contextual do mesmo, a partir de dados e de entrevistas que foram realizadas com a produtora do podcast e com uma das pessoas atingidas pelo projeto.

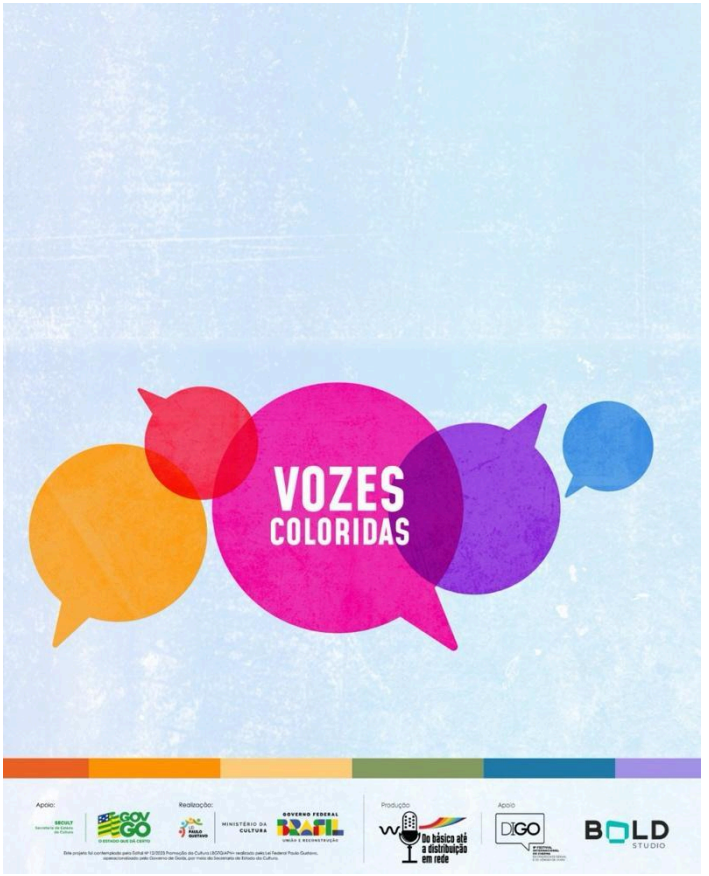
As entrevistas aqui realizadas seguem o método de entrevista em profundidade, a partir de um roteiro semi-estruturado (Duarte, 2006). A ideia é que os entrevistados, mesmo com perguntas pré-definidas, consigam se expressar de uma forma espontânea sobre suas experiências e vivências de mundo.

As entrevistas foram feitas com G., formado em Comunicação Social, homem gay, que viu, a partir do projeto do podcast aqui elucidado, uma possibilidade de criar o próprio podcast; e com T., 36 anos, professora acadêmica, faz parte também da comunidade LGBTQIAPN+.

VOZES COLORIDAS

Para fazer uma análise de podcasts com temáticas LGBTs e feitos por pessoas da comunidade, escolhemos o projeto Vozes Coloridas, realizado por T., com apoio da lei Paulo Gustavo no estado de Goiás. O projeto vai além de apenas publicar o podcast, mas também pretende capacitar pessoas LGBTQIAPN+ nessa área.

Figura 1 - Poster do podcast "Vozes Coloridas"



Fonte: Spotify

O podcast Vozes Coloridas surgiu a partir de ação formativa chamada “Podcast - do básico até a distribuição nas redes”, que previa a realização de uma oficina de 30 horas, com foco na capacitação de pessoas da comunidade LGBTQIAPN+ na criação e distribuição de podcasts. Este projeto acredita que a produção de podcasts pode servir como ferramenta aliada da comunidade na ampliação de percepções sobre o mundo a partir da escuta, já que escutar sons está intimamente relacionado à maneira com que nos colocamos no mundo e também como o percebemos. (T., 2024).

O podcast, além de ser feito por pessoas da comunidade, também aborda assuntos que estão conectados com ela, um exemplo disso são os títulos dos episódios que já demonstram o tema que será abordado. A professora em um resumo sobre o projeto comenta que o nome do podcast foi pensado pelos alunos em uma aula da oficina, assim como o que seria abordado em cada episódio, definindo que temáticas teriam haver com os integrantes que estão fazendo parte do programa.

Assim os nomes definidos para os doze episódios produzidos foram: EP1: Empregabilidade LGBTI+ - EP2: Mulheres Travestis - EP3: Direitos da comunidade LGBTI+ - EP4: Descoberta, autoaceitação e aceitação como pessoa LGBTI+ - EP5: Saúde Mental LGBTI+ - EP6: Novos finais para histórias com LGBTI+s - EP7: Visibilidade e representação da comunidade LGBTQI+ na televisão - EP8: LGBTQI+: Pcds e acessibilidade - EP9: Pessoas LGBTI+: espiritualidade e experiências - EP10: Envelhecimento na/da comunidade LGBTI+ - EP11: Comunidade LGBTQI+ em eventos, espaços culturais e de lazer - EP12: Arte de pessoas LGBTQI+ como instrumento de resistência.

CULTURA E IDENTIDADE

Os conceitos de cultura e de identidade perpassam os Estudos Culturais, teorias que estão intrinsecamente ligadas às Teorias da Comunicação, e, portanto, tornam-se de importantes para refletirmos formas de comunicação como os podcasts, que influenciam fortemente hoje em dia diversos grupos sociais. E para podermos entender esses conceitos, precisamos trazer autores como Hall, Silva e Thompson.

A identidade, por muito tempo, foi vista como algo fixo, do tipo que é dado desde o nascimento e não sofre nenhum tipo de alteração. Porém, Hall (2008), em seus estudos sobre a cultura, mais especificamente sobre a identidade, define que os conceitos de identidade e diferença que eram utilizados são insuficientes para definirmos o sujeito. Por conta disso, o autor traz uma proposta que pretende retirar essa rigidez desses conceitos, propondo então o processo de identificação (Hall, 2006), tornando o conceito de identidade em algo que está em movimento. Para o autor, nesse processo, as alterações acontecem devido às vivências e à cultura, e que as identidades são apenas pontos de apego temporário, que determinam as nossas posição-de-sujeito (Hall, 2006).

Silva (2000) traz que a identidade não é uma afirmação, mas parte de uma elucidação daquilo que vamos nos tornar, e que todos os nossos costumes e vivências também nos

posicionam na sociedade. Esse posicionamento acaba por ser responsável pela marginalização social, e para o autor existe uma identidade padrão que define um determinado modelo que necessita ser seguido. Ou seja, caso alguma pessoa não siga esse padrão, ela será segregada dentro da sociedade, é o que vemos com a comunidade LGBTQIAPN+.

Hall (1997) salienta então, a partir da cultura, a importância da linguagem para todo o sistema de significação que dá sentido a esse processo de identificação. E assim, é possível pensar em como a cultura é responsável por definir papéis e identidades na sociedade (até mesmo as diferenças).

Thompson, com a definição de *self*, traz que o sujeito consegue construir a própria narrativa. O autor define que *self é:*

> um projeto simbólico que o indivíduo constrói ativamente. É um projeto que o indivíduo constrói com os materiais simbólicos que lhe são disponíveis, materiais com que ele vai tecendo uma narrativa coerente da própria identidade. (Thompson, 1998, p. 183)

Porém, é importante destacar que os materiais simbólicos, mesmo que disponíveis, não atingem a todos de forma igualitária. Assim, a comunidade LGBTQIAPN+ acabou sendo segregada na sociedade, justamente por não encontrar-se no modelo padrão sugerido pela sociedade. Portanto, para discutirmos sobre essa segregação, é importante lançarmos mão de alguns conceitos importantes.

O sexo antes era tido como algo dado biologicamente, apenas baseado em aspectos biológicos. E isso foi responsável por definir papéis na sociedade por séculos, dividindo mulheres e homens e o que eles poderiam e não poderiam fazer. Dessa forma, corpos que não seguissem esse modelo acabariam tornando-se dissidentes, subalternizados. Assim, as relações de poder (Foucalt, 1999) tomam seus lugares na definição desses papéis, destacando sempre os discursos biologizantes. O corpo das mulheres era tido apenas para fins reprodutivos, tornando-as prisioneiras da biologia (Piscitelli, 2002).

A partir desses discursos, surge a luta feminista, como uma forma de modificar essa relação de poder e fazer com que as mulheres pudessem existir em ambientes distintos na sociedade. Junto com o feminismo, a discussão sobre o conceito de gênero torna-se foco para a sua construção teórica.

Inicialmente, o gênero foi tomado como algo que seria baseado na cultura, que seria dado à pessoa. Porém, essa visão foi questionada diversas vezes pois, o mesmo sistema de significados que cria o sexo, também define o gênero (Butler, 2003), e assim, o gênero seria algo pré-existente ao indivíduo. Portanto, por muito tempo o binarismo foi visto como o único caminho destinado de gênero na sociedade. No entanto, hoje existem diversos corpos dissidentes das normas de gênero.

Para o conceito de sexualidade, Foucault a define como um "dispositivo histórico", que:

> não à realidade subterrânea que se apreende com dificuldade, mas à grande rede da superfície em que a estimulação dos corpos, a intensificação dos prazeres, a incitação ao discurso, a formação dos conhecimentos, o reforço dos controles e das resistências que encadeiam-se uns aos outros, segundo algumas grandes estratégias de saber e de poder (Foucault, 1999, p.100).

Ou seja, a sexualidade não se limita a apenas uma incitação do desejo natural, mas começa a ter um aparato discursivo e social. Sobre o grande preconceito que a comunidade LGBTQIAPN+ sofre por conta de seus corpos dissidentes, um dos entrevistados, G., diz que:

> [...] ainda não chegamos lá. Estamos caminhando a passos de formiga, mas ainda não chegamos lá. O Brasil não sai da posição como o país que mais mata no mundo. Estamos numa onda de conservadorismo.E é muito complicado falar que hoje a gente sente tranquilidade em ser quem somos, porque não é bem assim. Inclusive, dentro do projeto falamos sobre isso. (G., 28 anos).

NAS MARGENS DA PODOSFERA

Devido a crescente de podcasts, mais pesquisas sobre a área começaram a surgir, tanto qualitativas quanto quantitativas. Porém, um problema que encontramos nas pesquisas quantitativas é que diferente das outras mídias o podcast é distribuído em várias plataformas, fazendo com que fique mais difícil fazer um levantamento geral dos ouvintes e produtores, tornando mais comum o levantamento dos podcasts mais ouvidos, mas sem uma análise específica de público pelas próprias plataformas.

Por isso, para a análise de dados dessa pesquisa, iremos utilizar apenas as realizadas pela Abpod, nos anos 2009, 2014, 2018, 2019 e 2020. Isso porque, essa associação realiza pesquisas mais completas voltadas tanto para o ouvinte quanto para o produtor, traçando o

perfil das pessoas que escutam podcasts e quais os seus hábitos. Na pesquisa de produtores, além de traçar o perfil deles, também abordam temas sobre o mercado de trabalho nessa área. Porém, é importante antes de analisar explicar um pouco da pesquisa realizada em cada ano, isso porque ela foi se tornando mais completa com o tempo.

Nos anos 2009, 2014, 2018 e 2019 a PodPesquisa era voltada exclusivamente para análise de ouvintes, e apenas a pesquisa de 2020 é focada nos produtores. Mesmo que a última PodPesquisa tenha sido publicada em 2021, e os podcasts vivem em constante mudanças, ainda sim é possível fazer uma análise principalmente dos ouvintes durante o período em que as pesquisas foram lançadas, e fazer um comparativo com o levantamento dos produtores de 2020 e os ranking de podcasts mais escutados na atualidade.

Como iremos analisar exclusivamente a comunidade LGBTQIAPN+ presente nos podcasts, focaremos em dois principais dados apontados na PodPesquisa tanto de ouvintes quanto de produtores, que seriam o gênero e sexo do público que responderam a pesquisa. Com essas duas perguntas já é possível perceber que existe sim um afastamento desse formato, para com essas pessoas. Isso porque as pesquisas iniciais de 2009 e 2014, apontam dois tipos de gêneros – feminino ou masculino – enquanto sabemos que é possível uma pessoa se identificar com ambos os gêneros ou com nenhum deles. Com isso, o termo "outros" na categoria sobre o gênero dos ouvintes começa a surgir apenas nas pesquisas realizadas a partir de 2018.

Algo parecido acontece com a categoria de orientação sexual, pois antes da pesquisa de 2018 ela nem existia, gerando até mesmo um uso equivocado dos termos nas pesquisas anteriores. Isso porque nas pesquisas de 2009 e 2014, quando eles estavam se referindo ao que na verdade seria classificado como gênero, utilizam o termo sexo, e apenas em 2018, além de começarem a utilizar os termos de forma correta, passaram a analisar a comunidade LGBTQIAPN+ presente nos podcasts.

Com isso o objetivo de fazermos uma análise estatística neste trabalho, e por meio de dados demonstrar o cenário que essa comunidade se encontra na podosfera. Para chegarmos a esse resultado, iremos utilizar o livro "Análise de Dados e Estatística Descritiva" de António Silvestre (2007), em que é descrito o processo dessa análise, com seis etapas a serem seguidas: 1- Problema; 2- Definição de medida ou medidas; 3- Recolha de dados; 4- Descrição e sintetização de dados; 5- Inferência estatística; 6- Relatório do estudo (Silvestre, 2007).

Na primeira etapa – problema – identificamos o que buscamos solucionar por meio da análise estatística, no nosso caso seria comprovar como o formato de podcasts foi por muitos anos dominado majoritariamente por homens, e como isso gera um afastamento até hoje da comunidade LGBTQIAPN+ nessa mídia.

Com isso, é necessário definir as medidas que serão aplicadas, a principal neste trabalho será a utilização de dados já existentes, sem a necessidade de fazer um levantamento próprio. Isso porque seria necessário anos de desenvolvimento de uma pesquisa que abrangesse todo o Brasil, e também porque já temos associações como a Abpod que já fazem esse levantamento. Mesmo que eles não forneçam dados tão recentes, com o seu último levantamento sendo publicado em 2021, ainda sim é possível fazer um panorama ao longo dos anos, por isso a medida adotada será analisar os dados gerados pela Abpod e posteriormente analisar o ranking dos podcasts mais escutados atualmente.

A partir disso, partimos para a recolha de dados, fazendo com que nessa etapa comece o processo de observação do fenômeno a ser analisado (Silvestre, 2007). Como dito anteriormente, as pesquisas que serão analisadas da Abpod são dos anos 2009, 2014, 2018 e 2020, é importante comentar que no site demonstra que uma pesquisa foi realizada em 2008, porém ela não se encontra disponível, por isso optamos por fazer o levantamento a partir da pesquisa de 2009. Ao baixarmos os materiais fica nítido que ao longo dos anos a associação vem desenvolvendo cada vez mais a pesquisa, além de criarem mais categorias para serem analisadas, até mesmo o designer da pesquisa foi se modificando.

Com o levantamento dos dados, agora se torna essencial fazer uma descrição e sintetização deles. A pesquisa feita pela Abpod busca traçar um perfil do ouvinte de podcasts, com muitas das perguntas sendo voltadas para o hábito dessas pessoas com o formato, analisando principalmente, por exemplo, quantas vezes o indivíduo escuta podcasts, como, quando, quais gêneros e entre outros. Porém dentre todas essas perguntas, selecionamos apenas duas para serem analisadas: Qual gênero o ouvinte se identifica? E qual a sua orientação sexual?

Como dito anteriormente, nas pesquisas iniciais houve um equivoco com os termos sexo e gênero, por isso nós iremos fazer essa correção dos termos para não haver um equivoco na análise desse trabalho. A pesquisa realizada em 2009 foi abordada apenas os gêneros dos participantes, com 88.22% sendo masculino e 11.78% sendo feminino, nesse ano ainda não aparecia um levantamento da opção outros. O mesmo acontece na pesquisa

de 2014, fazendo o levantamento do público masculino, agora com 87.31% e o feminino com 12.69%, tendo pouca variação entre os cinco anos que se passaram de uma pesquisa para a outra.

Porém a partir da pesquisa de 2018, além deles fazerem a correção dos termos, começa a aparecer a porcentagem da categoria outros, os ouvintes masculinos ainda são predominantes com 84.1%, feminino com 15.3% e outros 0.6%. Neste ano, na própria pesquisa eles mencionam que dessa vez deixaram aberta a pergunta sobre o gênero, fazendo com que as pessoas tivessem a opção de colocar com qual gênero elas se identificam, ao invés de limitar a escolha delas em apenas duas opções. Inclusive eles pontuam que em outros as descrições mais mencionadas foram: não binários (0.09%), transmasculino (0.05%) e fluído (0.04%).

A partir da pesquisa de 2019-2020 voltada para os ouvintes, começa a aparecer a segunda pergunta que será analisada, qual orientação sexual o ouvinte se identifica? Fazendo um levantamento mais detalhado em relação ao gênero e ao sexo, mas também dedicando parte da pesquisa para falar sobre diversidade no podcast, mesmo que na pesquisa ainda demonstre que é pequena. Com isso em relação ao gênero, 72% é masculino, 27% feminino e 0.76% outros. Em relação a orientação sexual, 80.4% se consideram CIS/Hétero, 17.4% são LGBT's, e 2.2% não definiram. Dentre a porcentagem sobre as pessoas que se identificaram LGBT's eles geraram outro dado para pontuar as orientações sexuais que foram citadas, com as maiores sendo bissexuais (55.67%) e homossexuais (31.35%).

A última pesquisa realizada é focada nos produtores de podcasts, porém também é necessário analisar ela, pois pode haver uma correlação sobre a falta de diversidade presente neste formato com o número de produtores e conteúdos feitos por pessoas que pertencem a comunidade. Com isso, a pesquisa de 2020 voltada para produtores demonstra que 75.7% se consideram do gênero masculino, 23.3% feminino e 0.1% não binário. Já em relação à orientação sexual, 81.3% são heterossexuais, 6.1% homossexuais, 8.8% bissexuais e 3.8% outros.

Além da análise de dados levantada pela Abpod, achamos interessante trazer um levantamento dos podcasts mais escutados em 2023, com o intuito de utilizar um dado mais recente e analisar se a comunidade LGBTQIAPN+ se encontra presente no top cinco podcasts mais ouvidos em 2023 no Spotify. Partindo assim para uma inferência estatística, deixando apenas de descrever e analisar tais dados, mas também realizando conclusões mais

generalizadas com auxílio de dados mais amplos (Silvestre, 2007), que nesse caso será o ranking dos podcasts.

Dito isso, segundo o Spotify em 2023, os podcasts mais ouvidos, seguindo a ordem do maior para o menor, são: Podpah, Mano a Mano, Café da Manhã, Psicologia na Prática e Não Inviabilize. Cada podcast desses tem um formato diferente, os dois primeiros – Podpah e Mano a Mano – são voltados para entrevistas com estilo mais descontraído, enquanto o programa Café da Manhã realizado pela Folha de São Paulo, traz notícias do cotidiano, lembrando mais a um jornal, porém em formato de podcast. Já o Psicologia na Prática e o Não inviabilize são apresentados por mulheres, um focando em saúde mental e o outro em contação de histórias.

Ao analisar esses produtos, juntamente com os dados da PodPesquisa, percebemos que a comunidade LGBTQIAPN+ ainda se encontra na margem da podosfera. Isso porque dentre os apresentadores dos programas citados, nenhum faz parte da comunidade, e a maioria dos conteúdos não são voltados para esse público. Ressaltando como apesar da PodPesquisa não ser tão recente, ainda sim é possível perceber que a comunidade ainda tem dificuldade de encontrar espaço nesse formato.

Com isso, chegamos à etapa final que seria o relatório de estudo, em que consta os principais apontamentos levantados, conclusões e limitações encontradas ao longo da pesquisa (Silvestre, 2007). Ao trazer o questionamento se a comunidade LGBTQIAPN+ se encontra presente na podosfera, percebemos por meio da pesquisa realizada pela Abpod que durante anos eles se encontram na margem desse formato, demonstrando um aumento tanto em ouvintes quanto em produtores, porém ainda são a grande minoria. Para uma análise mais detalhada seria necessário a realização de uma pesquisa atualizada, com um levantamento tanto dos ouvintes quanto dos produtores, pois percebemos que esses dois dados estão conectados, com a tendência de que quando um aumenta o outro acompanha. Percebemos que não podemos afirmar com certeza quais fatores são determinantes para tal resultado, mas podemos constatar que a comunidade LGBTQIAPN+ ainda é a minoria nesse formato, porém com a tendência de sair dessa margem, se consolidando cada vez mais.

FRENTE A FRENTE COM AS VOZES COLORIDAS

Portanto, a partir dos dados aqui dispostos, de conceitos partindo dos Estudos Culturais, e dos conceitos que surgem a partir dos estudos de gênero, é possível analisarmos

as entrevistas realizadas com G. e T. . Essas análises têm como objetivo elucidar a necessidade da produção de conteúdo por e sobre pessoas da comunidade LGBTQIAPN+.

Pensando no processo de identificação, aqui neste trabalho definido pelo conceito de Hall (2006), ambos os entrevistados se identificam como parte da comunidade LGBTQIAPN+. G. se identifica como um homem cis gay, e T. como uma mulher cis lésbica. Quando questionados se tinham o costume de consumir podcasts, T. respondeu:

> [...] como produzo o podcast, eu sempre gosto de ouvir coisas novas para aprender. Mas se for pra escolher um, né? Eu gosto muito de audiossérie e podcasts narrativos. [...] São podcasts que eu gosto bastante de ouvir. Consigo fazer essa imersão no mundo do podcast. Parar o que eu tô fazendo pra ficar ali, prestando atenção no som, na narrativa sonora? Tem podcast mais imersivos, né? (T., 36)

Porém G. tem preferência por videocasts, e, ao ser questionado se algum dos videocasts que ele consumia era apresentado por pessoas da comunidade, ele negou. O projeto Vozes Coloridas foi trazido para a pauta da entrevista para podermos falar da importância de projetos como esse. G. (28) disse que foi importante a realização desse podcast pois ele traz uma luz no horizonte para quem é da comunidade, e, para ele, o projeto o instigou a querer produzir um podcast próprio.

Ao trazermos o projeto na entrevista com T., ela reflete:

> [...] ele surge num contexto muito pessoal, porque eu e minha esposa temos uma exposição, e durante essa exposição eu ouvi muitas histórias que me afetaram e me afetaram no sentido de relatos de vida, que por muitas vezes tinham o mesmo fundo até de sofrimento, de alegria, mas que eu senti ali, minha esposa também, naquele momento das fotografias que precisava ter algo mais para dar oportunidade para pessoas da comunidade falarem, contarem suas histórias que de certa forma atravessam a mim, atravessam a dela, porque tem muitas coisas que acontecem com pessoas da comunidade que são parecidas em diferentes graus de dificuldade. Com relação a aceitação, com relação a auto aceitação, não só a própria aceitação, mas a aceitação na sociedade, a aceitação em casa. (T., 36)

A partir dessas falas, podemos verificar que o debate sobre as temáticas sobre a comunidade LGBTQIAPN+ atravessam diversas pessoas e que, a partir de relatos e vivências, existe a possibilidade de pessoas serem ouvidas, vidas e ajudadas, G. ainda fala que:

> Estamos numa onda de conservadorismo. E é muito complicado falar que hoje a gente sente tranquilidade em ser quem somos, porque não é bem assim. Inclusive,

> dentro do projeto falamos sobre isso. Eu trouxe dados de uma pesquisa que fala que mais de 60% de uma pesquisa feita dentro da comunidade não se sente à vontade em deixar claro a sua orientação sexual. Quem você é de fato.(G., 28)

Portanto, debates como os propostos pelo Vozes Coloridas, e outros podcasts com a mesma temática, são importantes na sociedade, pois são eles que iniciam a discussão sobre esses temas e podem propor mudanças dentro do meio social. E, ao ser questionado se acreditava que esses podcasts podem servir de mudança na sociedade, G. diz:

> Sim, acredito que seja uma forma, inclusive de disseminar informação dentro e fora da comunidade, porque hoje o podcast Videocast está em alta. Sons estão sendo muito consumidos e então acredito que é uma forma bastante eficaz de disseminar a informação, principalmente para aqueles que não tem ideia do que é ser da comunidade.(G., 28)

Ainda sobre o mesmo questionamento, T. diz que:

> [...] eu acredito que dar voz para essas pessoas colocam as pessoas LGBTs da comunidade no lugar de poderem ser vistas e respeitadas, porque muitas vezes, muitas vezes pessoas não respeitam por falta de conhecimento, por um preconceito. (T., 36)

Para finalizar a entrevista, foi perguntado como foi o processo de identificação para essas pessoas como pessoas da comunidade LGBTQIAPN+, afinal, é um processo que precisa de aceitação. T. relata que:

> Se eu falar que foi fácil, eu vou estar mentindo, porque não é assim. Acho que são raras as exceções de pessoas da comunidade que passaram por esse processo. O primeiro processo é o de auto aceitação, de você não estar no padrão imposto pela sociedade, né? [...] Depois que você lida com isso, nada assim é difícil. Não tô falando que lidar com as questões impostas pela sociedade, é difícil. Mas depois que você realmente sabe o seu lugar no mundo que você é, quem é, né? Facilita. Você ganha força. (T., 36)

Para G., o processo foi semelhante, ele precisou passar pelo processo pessoal primeiro, para assim conseguir se expressar para a sociedade. E isso é reflexo de grande parte da comunidade. Portanto, relatos como os de G. e T., assim como a produção de conteúdo em podcasts com a temática LGBTQIAPN+ são importantes para a disseminação de

discursos normatizadores desses corpos na sociedade, para que o preconceito seja cada vez menor.

(IN)CONCLUSÕES

A partir da análise realizada neste artigo, foi possível discutirmos a ausência de produção de conteúdo de podcasts produzidos por e sobre a comunidade LGBTQIAPN+, e como essas produções são importantes em um contexto em que o veículo é bastante consumido. Portanto, o aumento dessas produções poderia ser uma variável importante para a disseminação de discursos normatizadores de corpos da comunidade na sociedade, fazendo com que haja uma maior aceitação e menos preconceito.

Como visto na análise de dados, com o aumento de produtores de um determinado grupo a tendência é de que ouvintes que pertencem a esse grupo tendem a acompanhar, mesmo que muitas vezes não seja em grande escala. Porém é importante ressaltar a necessidade de mais projetos e produtores que pertençam a comunidade LGBTQIAPN+ justamente para possibilitar que suas histórias e vozes possam ser ouvidas e repercutidas nos mais variados meios e formatos, e que assim saiam das margens e alcancem o centro.

Este artigo é apenas uma reflexão sobre a presença de pessoas da comunidade na podosfera, sem nenhum intuito de concluir algo, mas com o objetivo de incitar esses debates sobre a maior produção desse tipo de conteúdo. Então, que este trabalho seja um pontapé para o surgimento de outras pesquisas, assim como também a criação de projetos que possam trazer para as vozes desse grupo social o destaque que elas precisam, para que cada vez mais pessoas as escutem.

REFERÊNCIAS

ABPOD. **Pod Pesquisa**: Produtores. 2020/2021. Disponível em: https://abpod.org/podpesquisa/

ABPOD. **Pod Pesquisa**: Análise e Resultados. 2019. Disponível em: https://abpod.org/podpesquisa/

ABPOD. **Pod Pesquisa**: Análise e Resultados. 2018. Disponível em: https://abpod.org/podpesquisa/

ABPOD. **Pod Pesquisa**: Análise e Resultados. 2014. Disponível em: https://abpod.org/podpesquisa/

ABPOD. **Pod Pesquisa**: Análise e Resultados. 2009. Disponível em: https://abpod.org/podpesquisa/

BENTO, Berenice. **O que é transexualidade?** Coleção Primeiros Passos. São Paulo: Brasiliense, 2012 (2a. edição).

BUTLER, J. **Problemas de gênero**: feminismo e subversão da identidade. Tradução de Renato Aguiar. Rio de janeiro: Civilização Brasileira, 2003.

DUARTE, Jorge. Entrevista em Profundidade. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio. **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação**. São Paulo: Atlas, 2006.

FOUCAULT, M. **A História da Sexualidade 1:** A vontade de saber. Rio de Janeiro, Graal, 1999.

HALL, Stuart. **A centralidade da cultura:** notas sobre as revoluções culturais do nosso tempo. Educação & Realidade, Porto Alegre, v. 22, nº2, p. 15-46, jul./dez. 1997.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós – modernidade/** tradução Tomaz Tadeu da Silva, Guacira Lopes Louro-11. Ed.- Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

HALL, Stuart. **Quem precisa da identidade?** In. SILVA, Tomaz. T. Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais. Petrópolis: Vozes, 2008. cap.3, p.103-133.

LOURO, Guacira Lopes. **Um Corpo Estranho** – Ensaios sobre sexualidade e teoria queer. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2004.

MELLO J. **Quais foram os podcasts mais ouvidos pelos brasileiros em 2023?** Coletiva.net - Comunicação que marca. Publicado em Abril 26, 2024. Acessado em Agosto 31, 2024. https://coletiva.net/tendencias/quais-foram-os-podcasts-mais-ouvidos-pelos-brasileiros-em-2023,440476.jhtml

PISCITELLI, Adriana. "Recriando a (categoria) mulher?". In: ALGRANTI, L. (org.). **A prática feminista e o conceito de gênero.** Textos Didáticos, no 48. Campinas, IFCH-Unicamp, 2002, p. 7-42.

SILVA, Tomaz Tadeu. **A produção social da identidade e da diferença.** In: SILVA, Tomaz Tadeu (org. e trad.). *Identidade e diferença:* a perspectiva dos estudos culturais. Petrópolis: Vozes, 2000. p. 73-102.

SILVESTRE, Antônio Luís. **Análise de dados e estatística descritiva**. Escolar Editora, 2007.

THOMPSON, John Brookshire. **A mídia e a modernidade**: uma teoria social da mídia. 10. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 1998.

Os autores são responsáveis pela fidedignidade dos dados apresentados.

EDUCAÇÃO ÉTNICO-RACIAL NO ENSINO SUPERIOR: PRÁTICAS E DESAFIOS

Sara da Cruz Vieira[1]
Andréa Pereira dos Santos[2]

RESUMO

Esta pesquisa investiga como a temática étnico-racial é abordada no ensino superior, buscando identificar como a formação docente e as ações institucionais se articulam para promover a inclusão desta temática. A partir de uma revisão da literatura e pesquisa qualitativa, foi concluído que, além de uma postura consistente das instituições em relação à prática pedagógica antirracista, é fundamental o empenho dos docentes em adquirir conhecimentos sobre a temática para transmiti-los aos discentes.

Palavras-chave: Temática étnico-racial; Docentes; Instituições de ensino superior.

ETHNIC-RACIAL EDUCATION IN HIGHER EDUCATION: PRACTICES AND CHALLENGES

ABSTRACT

This research investigates how ethnic-racial issues are addressed in higher education, seeking to identify how teacher training and institutional actions are articulated to promote the inclusion of this issue. Based on a literature review and qualitative research, it was concluded that, in addition to a consistent stance by institutions in relation to anti-racist pedagogical practices, it is essential for teachers to commit to acquiring knowledge on the topic in order to transmit it to students.

Keywords: Ethnic-racial themes; Teachers; Higher education institutions.

INTRODUÇÃO

[1] Doutoranda em Comunicação pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Goiás. Mestrado em Comunicação pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Goiás. Graduada em Biblioteconomia. Tutora EAD voluntária no Curso de Especialização em Letramento Informacional e do Curso de Biblioteconomia modalidade à distância da Universidade Federal de Goiás. Bolsista pela Fundação Amparo à Pesquisa do Estado de Goiás (FAPEG). Email: saracruz@discente.ufg.br.

[2] Doutora em Geografia pela Universidade Federal de Goiás. Docente do curso de Biblioteconomia e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Goiás (UFG). Coordenadora do Curso de Biblioteconomia modalidade à distância da UFG; representante Regional Centro-Oeste ABECIN; coordenadora de Projetos de Ensino FIC/UFG. Coordenadora do Curso de Especialização em Letramento Informacional: Educação para a Informação. Presidente da Comissão de Diversidade da Faculdade de Informação e Comunicação da UFG. Possui pós-doutorado em Ciência da Informação na UFMG com bolsa CNPq; possui doutorado em Geografia, linha Geografia Cultural no IESA/UFG. email: andreabiblio@ufg.br.

A temática étnico-racial, com foco na população negra, é um assunto essencial para compreender os moldes em que a sociedade brasileira foi construída, e assimilar a luta constante dessa população contra o racismo, o preconceito, a discriminação bem como a desigualdade racial e social. O estudo da temática pode contribuir para o entendimento do quão fundamental é abordar a temática no ensino superior com o intuito de fortalecer a luta antirracista, se atentando para a educação para as relações étnico-raciais.

Albernaz e Carvalho (2022) evidenciam que a luta antirracista no âmbito acadêmico precisa ocorrer em todos os espaços da universidade. Isso inclui o envolvimento não apenas do corpo discente, mas também do corpo docente, além da necessidade de alterações nos currículos dos cursos de graduação e pós-graduação e na estrutura da instituição universitária.

Refletindo sobre isso, foi despertado o interesse de identificar como o corpo docente e instituições de ensino superior têm abordado a temática ético-racial tendo como recorte a população negra a partir da análise de pesquisas já realizadas. Nesse sentido, a pergunta norteadora deste artigo é: De que forma a formação docente e as ações institucionais se articulam para promover a inclusão da temática étnico-racial no ensino superior?

Dessa forma, o objetivo geral da pesquisa é investigar as principais práticas pedagógicas docentes e as ações institucionais que abordam a temática étnico-racial no ensino superior a partir de uma revisão de literatura. E como objetivos específicos foram definidos:

a) Identificar as principais ações realizadas nesses estudos pelos docentes e pelas instituições;
b) Apontar os desafios encontrados sobre trabalhar a temática étnico-racial no ensino superior;
c) investigar o empenho das instituições de ensino e o trabalho docente com a temática étnico-racial.

Essa pesquisa se trata de uma etapa inicial do desenvolvimento da tese de doutorado da autora. O estudo parte de uma pesquisa bibliográfica e de uma revisão de literatura que auxiliaram no recolhimento dos dados e a abordagem empregada é qualitativa. A seção seguinte apresenta a metodologia desenvolvida neste estudo.

METODOLOGIA

A pesquisa se caracteriza como bibliográfica, de acordo com Sousa, Oliveira e Alves (2021) a pesquisa bibliográfica se insere especialmente no ambiente acadêmico e tem como objetivo aprimorar e atualizar o conhecimento, a partir de uma análise científica de obras já publicadas.

A pesquisa também fez uso de uma revisão de literatura, Prodanov e Freitas (2013) explicam que, no momento da revisão de literatura, é fundamental realizar um mapeamento da literatura existente sobre o tema, identificando autores, obras e aspectos já abordados. Essa análise permitirá a compreensão do "estado da arte" e a definição do tipo de revisão a ser desenvolvida, seja teórica, empírica ou histórica. Os termos utilizados no momento da busca para composição da revisão de literatura foram “docentes” “temática étnico-racial” e “ensino superior”. As buscas foram realizadas utilizando esses termos de forma conjunta.

A pesquisa foi realizada no portal de periódicos da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Portal CAPES) e na Biblioteca Brasileira de Dissertações e Teses (BDTD). No portal CAPES foram recuperados 12 resultados utilizando os termos mencionados e foram analisados 7 resumos, pois foi considerado como critério de inclusão trabalhos completos publicados nos últimos 10 anos que abordassem diretamente a temática étnico-racial no ensino superior e que tivessem sido publicados de forma completa, para verificar os trabalhos desenvolvidos depois de 10 anos da aprovação da lei 10.639/2003 que possui a Resolução nº 1 de 17 de junho de 2004, de acordo com o Parecer CNE/CP 3/20 que institui que a lei também seja cumprida pelo ensino superior. Nesse sentido, 5 desses trabalhos não se encaixavam nos critérios estabelecidos por tratarem da temática no ensino básico ou não se tratavam de trabalhos acadêmicos completos, dessa forma foram excluídos. Já na BDTD foram recuperados 16 resultados, porém foram analisados apenas 6 resumos, pois 10 dos trabalhos recuperados tratavam da temática étnico-racial trabalhada na educação básica, o que não é de interesse dessa pesquisa, que investiga a temática no ensino superior.

Quanto à abordagem, foi realizada a abordagem qualitativa, Silveira e Córdova (2009) elencam que a pesquisa qualitativa não tem preocupação com representação numérica, e sim, com aperfeiçoamento do entendimento de um grupo social, uma organização.

A próxima seção aborda as práticas docentes e institucionais em relação à temática étnico-racial a partir das pesquisas investigadas.

PRÁTICA PEDAGÓGICA DOCENTE E INSTITUCIONAL EM RELAÇÃO À TEMÁTICA ÉTNICO-RACIAL

Silva, Lima e Paula (2022) realizaram o estudo "Diversidade étnico-racial e a construção da identidade docente no curso de Letras: Estado da Questão" a pesquisa objetivou reconhecer por meio da produção do Estado em questão estudos que abordassem a diversidade étnico-racial como referência na construção da identidade docente no âmbito do ensino superior, especificamente na Licenciatura Letras. Em relação ao aspecto metodológico, foi realizado o mapeamento e a análise das pesquisas; as buscas foram executadas no Portal Periódicos (CAPES) e na Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações. Foram encontrados quatro estudos a partir da busca. Foi concluído que existe o avanço das leis no cenário educacional, no entanto, existe a lacuna de uma preparação docente no curso de Letras com a temática para que possa contribuir com a construção da identidade docente.

O artigo "Educação étnico-racial em cursos de licenciatura em duas instituições de ensino superior público da bahia" desenvolvido por Veras, Passos, Prates e Santos (2023) teve como objetivo analisar a formação docente, especialmente no modo de inclusão de temas e questões étnico-raciais no contexto da formação curricular. Os autores buscaram analisar a abordagem das questões étnico-raciais nos componentes curriculares obrigatórios dos cursos de graduação da Universidade Federal da Bahia (UFBA) e da Universidade do Estado da Bahia (UNEB). A metodologia adotada se pautou na pesquisa qualitativa, comparativa, mediante uma pesquisa documental relacionada à análise de similitude, com suporte de um software denominado iramuteq.

Foi observado que as duas universidades estão de acordo com que é proposto pelas DCN e pelas Leis nº 10.639/03 e nº 11.645/2008. No entanto, em relação à carga horária total do curso, não há uma proporcionalidade suficiente de conteúdos étnico-raciais nos currículos dos cursos de licenciatura das duas instituições, principalmente da UFBA. Ademais, ficou evidente para os autores que a combinação de métodos foi fundamental para uma

compreensão ampliada e sistematizada do tema na formação docente pública do estado da Bahia.

O artigo “História dos afro-brasileiros, africanos e a educação antirracista: o olhar das/os professoras/es das licenciaturas” de Diallo e Lima (2022) teve como objetivo apresentar a compreensão do corpo docente do ensino superior sobre a incorporação da temática que trata do ensino de história e cultura africana e a educação das relações étnico-raciais nos currículos dos cursos de licenciatura em ciências humanas da região Centro-Oeste. Foi realizada a análise dos questionários aplicados que indicou que a reestruturação das matrizes curriculares está muito mais relacionada aos esforços de pessoas docentes pesquisadoras da área pelo reconhecimento da importância da temática do que ao cumprimento das exigências legais. Da mesma maneira, os autores não identificaram envolvimento institucional robusto, para além das ações desenvolvidas pelos Núcleos de Estudos Afro-Brasileiros e Africanos (NEABs).

O artigo “As questões étnico - Raciais nas histórias em quadrinhos e as Práticas educativas na formação inicial docente” de Oliveira e Aragão (2018) teve o objetivo de discutir as questões étnico-raciais, no contexto da formação inicial docente, no ensino superior privado, mediante a utilização das histórias em quadrinhos. A metodologia utilizada foi a partir de uma abordagem qualitativa, do tipo pesquisa-ação, expressa por uma pesquisa bibliográfica. As autoras concluem que as histórias em quadrinhos são uma ferramenta valiosa para a formação de professores antirracistas e para a promoção de uma educação crítica e engajadora sobre a temática racial no ensino superior.

Nogueira (2015) desenvolveu a dissertação “Cotas raciais no curso de medicina da UFRGS na perspectiva docente: rupturas e configurações tecidas na garantia do direito à educação superior pública” a pesquisa aborda as cotas raciais como políticas de ação afirmativa para acesso às universidades federais enquanto garantia do direito à educação superior. O estudo objetivou analisar rupturas e configurações promovidas pelas cotas raciais no curso de Medicina da Universidade Federal do Rio Grande do Sul UFRGS na perspectiva de docentes. A metodologia tem abordagem qualitativa, composta por análise documental, mapeamento das ações institucionais e no curso e de entrevistas com oito docentes atuantes em disciplinas da graduação da Medicina. Por fim, a autora conclui que há mudanças no curso, como a percepção das cotas como interferências no poder universitário e a invisibilidade de discentes negros, e que apesar do compromisso institucional em discutir

cultura afro-brasileira e africana, ainda não é abordada na Medicina. Os resultados ressaltam a importância de avaliar programas afirmativos não apenas pelo desempenho acadêmico, mas também pela qualidade das interações entre os atores da educação e pelo combate de barreiras acadêmicas.

Silva (2015) realizou o estudo "N'umbuntu em ação: pesquisa em relações raciais nas escolas municipais (marabá-pa)". A autora investigou as atividades desenvolvidas pelo Núcleo de Estudos, Pesquisa e Extensão em Relações Étnico-Raciais, Movimentos Sociais e Educação (N'UMBUNTU) da Faculdade de Educação da Universidade Federal do Sul e Sudeste do Pará (UNIFESSPA), tendo como foco a interação com a formação de professores, no contexto da história e cultura afro-brasileira e africana instituída pela lei 10.639/2003. O artigo aborda as iniciativas desde o lançamento do N'UMBUNTU em 2012 até as atividades de estudos e pesquisas em 2013, objetivando ampliar o debate sobre as relações étnico-raciais na academia. Silva (2015) destaca a importância de entender os processos identitários e formas organizativas da população negra, com ênfase nas práticas educativas escolares, como aporte metodológico; foram utilizados a linguagem oral e a pesquisa-ação. Os resultados parciais da pesquisa indicaram a necessidade de consolidar o ensino sobre relações étnico-raciais na região e o compromisso da universidade com a ação docente.

Santos e Santos (2017) desenvolveram o estudo "Reflexões a respeito das pesquisas desenvolvidas sobre temas raciais: à luz da política de cotas e da Lei 10.639/03 na Universidade Federal de Sergipe (UFS)" a pesquisa teve o objetivo de a partir da política de cotas e da lei 10.639/2003 identificar a relação da produção científica dos trabalhos acadêmicos da UFS sobre a temática étnico-racial entre o ano de 2003 ao ano de 2014 a partir das ações afirmativas especificadas. Como metodologia foi utilizada a técnica de coleta de informações no sistema de gerenciamento de informação da biblioteca central da UFS, encontrando um aumento considerável no quantitativo de pesquisas em assuntos étnico-raciais entre os anos anteriores aos debates a respeito das cotas, como também várias pesquisas em diversas temáticas étnico-raciais no intervalo do recorte temporal da pesquisa.

A dissertação "A pesquisa na formação docente e a temática étnico-racial: uma análise dos TCCS do Curso de Pedagogia da FACIP/UFU" desenvolvida por Nogueira (2016) teve como objetivo investigar a formação docente em relação à temática étnico-racial no ensino superior, com foco na história e cultura afro-brasileira e africana, e na inserção das Diretrizes Curriculares Nacionais para a Educação das Relações Étnico-raciais nas

licenciaturas. A metodologia utilizada foi a história oral temática, com entrevistas de discentes, orientadores e análise de Trabalhos de Conclusão de Curso (TCCs) em Pedagogia. Os resultados obtidos por Nogueira (2016) revelaram que embora não haja uma inserção concreta das Diretrizes nos currículos e PPCs dos cursos de Pedagogia, docentes demonstram preocupação com a temática e implementam a história e cultura afro-brasileira em diversos espaços da universidade. Em conclusão, os TCCs colaboraram para o desenvolvimento de diálogos e ações que superaram ressentimentos originados em situações de injustiça e opressão.

A dissertação "A implementação da política de educação étnico-racial na Universidade Federal de Alagoas - UFAL Campus de Arapiraca" produzida por Silva (2023) buscou avaliar a implementação da Política de Educação para as Relações Étnico-Raciais nos Projetos Pedagógicos de Cursos de Licenciatura na Universidade Federal de Alagoas, Campus Arapiraca. A metodologia da pesquisa se classifica pela abordagem qualitativa de natureza básica e, de tipologia descritiva e exploratória também foram utilizados os métodos bibliográfico, documental para a coleta de dados, e pesquisa de campo para a aplicação de entrevistas semiestruturadas com os coordenadores dos cursos, núcleo docente estruturante, representante dos discentes no colegiado dos cursos investigados, representantes da coordenadoria de graduação e diretora do NEABI. O autor conclui que a UFAL implementou políticas para a população negra, mas pessoas docentes dos cursos de Química e Ciências Biológicas em Arapiraca não reconhecem essas políticas ou não aplicam nas disciplinas. Essa lacuna entre as políticas institucionais e a prática docente exige medidas para garantir a efetividade das ações de inclusão racial na formação de pessoas docentes.

Fagundes (2022) desenvolveu a dissertação "Olhares afrocentrados para a educação das relações étnico-raciais na formação docente em ciências biológicas" que buscou analisar a importância das discussões acerca das relações étnico- raciais, no curso de licenciatura em ciências biológicas. A metodologia foi baseada em uma pesquisa de abordagem qualitativa do tipo exploratória e de campo, foi realizada com pessoas discentes, pessoas docentes e coordenadoras do curso de Ciências Biológicas Licenciatura da UFPE campus Recife, para a análise dos dados qualitativos foi empregada a análise de conteúdo. Os resultados obtidos confirmaram a hipótese, demonstrando que a temática étnico- racial não possui uma posição de centralidade na matriz curricular do curso. Não foram observados na estrutura curricular do curso em Ciências Biológicas debates centrados em torno da temática étnico-racial nas

disciplinas obrigatórias e eletivas do curso. O autor defende que o curso de Licenciatura em Ciências Biológicas necessita de uma reforma curricular, que implemente no currículo disciplinas obrigatórias que discutam sobre o racismo e papel da ciência na disseminação do mesmo, as relações raciais no Brasil.

Silva (2021) desenvolveu a dissertação "Análise da implementação do programa de educação tutorial - PET história da África na Unipampa São Borja – RS" e realizou a análise de implementação de uma Política Pública educacional de nível superior, um programa Federal, intitulado PET, Programa de Educação Tutorial, e o foco ao escolher o PET foi investigar a História da África, um subprojeto do programa. A metodologia utilizada pelo autor foi apoiada em uma análise documental, e de entrevistas com atores envolvidos diretamente no programa. Por fim, foi constatado que é um programa importante para a efetivação de políticas públicas como a Lei 10.639/2003 e também em questões humanísticas, de acordo com Silva (2021) o programa deve ser ampliado para continuar contribuindo com a formação de bolsistas e futuros docentes da rede pública de São Borja -RS.

A dissertação "Educação em Direitos Humanos: uma análise dos currículos das licenciaturas" realizada por Silva (2020) objetivou identificar como era a oferta de instituições públicas federais de licenciaturas que incluíam a Educação em Direitos Humanos em seus currículos obrigatórios. A metodologia adotada pela a autora foi a pesquisa de abordagem qualitativa, analítico-descritiva, do tipo documental e também utilizou entrevistas semiestruturadas com pessoas discentes das licenciaturas. Foi concluído que a Educação em Direitos Humanos não deveria se limitar a um único componente curricular e sua inserção interdisciplinar e transversal deve estar presente em todo o percurso formativo do corpo discente no escopo do currículo obrigatório.

Castellini (2016) realizou o estudo "A formação de docentes para a educação das relações étnico-raciais no município de Pitanga/PR: percursos da lei 10.639/03", que objetivou compreender a formação do corpo docente em Pitanga/PR para a promoção da Educação das Relações Étnico-Raciais (ERER). A pesquisa incluiu a análise das matrizes curriculares do curso de Licenciatura em Pedagogia e da formação continuada do corpo docente da rede municipal, junto a um curso de extensão oferecido pelo Núcleo de Estudos Ameríndios e Africanos (NEAA/UNICENTRO) em 2014. A pesquisa foi elaborada através de um estudo de natureza qualitativa na abordagem da Antropologia Educacional e também utilizou da pesquisa etnográfica. Foi concluído que, apesar de o curso de capacitação do

NEAA representar uma oportunidade formativa significativa na ERER, ele não proporcionou a efetivação ampla de práticas pedagógicas relacionadas à temática, devido à limitação no número de participantes e à descontinuidade na oferta dessa formação.

A dissertação de Conceição (2021) intitulada “Estudantes brasileiros e colombianos de ciências sociais: percepções sobre raça, ações afirmativas e currículo” teve como objetivo identificar se o aumento da presença de estudantes negros e negras no ensino superior abriram, ou não, a possibilidade de um processo de descolonização curricular, utilizando como recorte os cursos de Ciências Sociais no Brasil e a Sociologia na Colômbia. A metodologia utilizada foi qualitativa, por meio da análise dos documentos de Projetos Políticos Pedagógicos, ementas e planos de ensino entre 2001 e 2018, e também foram aplicadas entrevistas aprofundadas com quatro estudantes negros de duas importantes universidades em ambos os países.

Como conclusão, a autora destacou que o Brasil está aberto para discutir questões étnico-raciais, enquanto na Colômbia há menos espaço para isso. Além disso, foi elencado que as ações afirmativas na universidade impactam a identidade dos estudantes e suas famílias e participar de atividades extracurriculares é crucial nesse processo. O estudo demonstrou ainda que falta de disciplinas sobre o tema é vista como reflexo do racismo acadêmico, com demandas por mudanças curriculares, as diferenças entre o Brasil e Colômbia são atribuídas a questões demográficas e de políticas de inclusão, por fim, é ressaltado que a ausência de um corpo docente negro dificulta essas mudanças.

A seção seguinte apresenta os desafios e ações que foram identificadas por meio da investigação das pesquisas apresentadas na atual seção e traz também reflexões acerca do tema.

TEMÁTICA ÉTNICO-RACIAL: AÇÕES E DESAFIOS

Respondendo a problemática deste estudo e a partir da revisão de literatura, foi possível identificar as ações trabalhadas nesses estudos e os desafios enfrentados pelo corpo docente e em termos institucionais em relação com a temática étnico-racial, como está disposto no quadro abaixo:

Quadro 1: Ações e desafios

Ações	Desafios
Investigação da presença da temática étnico-racial nos projetos políticos pedagógicos	A falta de apoio institucional;
Descobrir como a temática era abordada no ensino superior;	Carência de reconhecimento de ações voltadas para pessoas negras e pouca aplicabilidade de conteúdos trabalhados nas disciplinas;
Apresentação d a compreensão de pessoas docentes sobre trabalhar com a temática étnico-racial;	Falta de debates centrados em torno da temática étnico-racial nas disciplinas obrigatórias e eletivas;
O uso de elementos literários como ferramentas de ensino e para a formação de pessoas docentes;	Falta de pessoas docentes negras;
As cotas raciais como políticas de ação afirmativa;	A inexistência de uma formação continuada.
Atividades desenvolvidas por Núcleos de Estudos, Pesquisa e Extensão em Relações Étnico-Raciais.	--------

Fonte: Dados da Pesquisa (2024)

Foi possível identificar que grande parte dos trabalhos investigados buscaram analisar se havia a presença da temática étnico-racial nos projetos políticos pedagógicos e descobrir como essa temática era abordada no ensino superior. Além disso, as pesquisas também buscaram apresentar a compreensão de pessoas docentes sobre trabalhar com a temática étnico-racial, e investigaram o uso de elementos literários como ferramentas de ensino e para a formação de pessoas docentes.

As cotas raciais como políticas de ação afirmativa para acesso às universidades federais enquanto garantia do direito à educação superior e as atividades desenvolvidas pelos Núcleos de Estudos, Pesquisa e Extensão em Relações Étnico-Raciais também foram temas recorrentes nas pesquisas encontradas. Outro ponto discutido nas pesquisas foi a produção científica dos trabalhos acadêmicos sobre a temática étnico-racial a partir das ações afirmativas como proposta pela lei 10.639/2003.

Gomes (2005) salienta que para além da lei 10.639/2003 e das diretrizes curriculares para a educação das relações étnico-raciais e para o ensino de história e cultura afro-brasileira e africana, há também uma produção mais coerente em relação à temática étnico-racial que precisa ser inserida como fonte de estudo individual e coletivo das pessoas educadoras.

Nesta direção, foi possível perceber que houve um aumento considerável no quantitativo de pesquisas em assuntos étnico-raciais entre os anos anteriores aos debates a respeito das cotas desde 2003. Mas apesar desse avanço, foram elencados desafios em relação ao trabalho da temática étnico-racial no ensino superior. O avanço de leis como a Lei nº 10.639/2003, ainda não é suficiente para contribuir com a formação da identidade docente. Além disso, outro desafio percebido foi a carga horária insuficiente para trabalhar informações sobre a temática étnico-racial, que muitas vezes é trabalhada apenas em núcleos de pesquisa.

Em relação ao não cumprimento efetivo de políticas públicas relacionadas à temática étnico-racial Silva (2018) evidencia que a problemática não está na falta de políticas públicas, ou na ausência de orientações para a sua implementação, o problema está no projeto de sociedade dominante que busca extinguir as diferenças étnico-raciais, tratar como folclore as marcas culturais, sabedoria, conhecimentos, tecnologias que se distanciam das raízes europeias.

A falta de apoio institucional também pode ser enxergada como um desafio, pois foi evidenciado em parte dos trabalhos que as instituições não estão empenhadas de forma satisfatória em trabalhar as questões étnico-raciais e acaba se escorando em atividades de extensão e nos esforços de pessoas docentes e não assumem a responsabilidade de apresentar e trabalhar a temática étnico-racial a nível institucional.

No que concerne a importância do empenho institucional em trabalhar a temática étnico-racial, Albernaz e Carvalho (2022) destacam que o estudo a partir de uma perspectiva antirracista no ambiente acadêmico deve ocontecer em todos os espaços da universidade. Isso inclui o envolvimento do corpo discente, do corpo docente, além da necessidade de alterações nos currículos dos cursos de graduação e pós-graduação e na estrutura da instituição universitária.

Outra dificuldade encontrada foi em relação à carência de reconhecimento de ações voltadas para pessoas negras e pouca aplicabilidade de informações e conteúdos trabalhados nas disciplinas. Na mesma direção também é elencado a falta de debates centrados em torno da temática étnico-racial nas disciplinas obrigatórias e eletivas, falta de pessoas docentes negras, o que reforça o racismo acadêmico. A inexistência de uma formação continuada para pessoas docentes foi evidenciada como algo que dificulta a efetivação da educação étnico-racial na prática pedagógica.

Vieira (2024) elenca que os desafios em trabalhar a temática étnico-racial no ensino superior podem ser relacionados com a falta de um ensino consistente sobre a temática étnico-racial, não só no ensino superior, mas em todos os níveis de ensino; é salientado a dificuldade de trabalhar a temática como parte integrante do cotidiano, o que acaba refletindo no equívoco de que não se trata de uma temática transversal que deve ser estudada em todos os âmbitos.

Nesse sentido, é possível perceber que além das ações desempenhadas e dos desafios enfrentados, a prática docente deve se refletir sobre a estrutura social, manifestações do racismo, discriminação do preconceitos para conduzir sua prática pedagógica, para disseminar informações que possam se transformar em conhecimento.

Hooks (2017) ressalta a importância de uma educação com viés transgressor, em que o corpo docente tenha o compromisso de trabalhar a diversidade, desconstruir o racismo e outras formas de opressão a partir de uma pedagogia engajada que reforça o compromisso de autoatualização de pessoas docentes e promova o bem-estar próprio, com o intuito de promover uma educação libertadora para as pessoas discentes a partir de seu próprio aprendizado.

Nesse sentido, é possível refletir que além da educação continuada, e a responsabilidade de instituições de ensino darem condições para que o corpo docente desenvolvam sua prática pedagógica a partir do antirracismo, é importante que também haja o comprometimento docente consigo próprio, para aprender sobre esses assuntos e disseminar os conhecimentos apreendidos para o corpo discente.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em síntese, a pesquisa cumpriu com o objetivo geral de investigar as principais práticas pedagógicas docentes e as ações institucionais que abordam a temática étnico-racial no ensino superior a partir de uma revisão de literatura. E com objetivos específicos de Identificar as principais ações realizadas nesses estudos pelos docentes e pelas instituições; apontar os desafios encontrados sobre trabalhar a temática étnico-racial no ensino superior e investigar o empenho das instituições de ensino e o trabalho docente com a temática étnico-racial.

A partir da pesquisa, foi possível compreender que as ações envolvendo a temática étnico-racial no ensino superior se pautam na ânsia da reformulação dos currículos, e na descoberta da postura de pessoas docentes em relação a trabalhar a temática, o que indica a falta de ações mais consistentes em termos institucionais, pois a reformulação dos currículos já deveria ser uma realidade desde a aprovação da lei 10.639/2003, e as disciplinas já deveriam fazer parte do cotidiano acadêmico. Além disso, foi refletido também que além de uma postura consistente das instituições de ensino superior sobre a prática pedagógica antirracista, é importante também um empenho e disponibilidade de pessoas docentes para obter conhecimentos sobre a temática e transmiti-los as pessoas discentes.

Em contrapartida, é possível supor que pelos objetos estudados pelas pessoas autoras dessas pesquisas, as discussões se encaminham para a análise da educação étnico-racial no ensino superior, e abrem caminhos para reflexões sobre o racismo, identidade, a imprescindibilidade de pessoas negras ocuparem os espaços acadêmicos, a importância dos núcleos de estudos e da educação continuada, além de ressaltar a responsabilização das instituições para políticas que cobrem que a prática pedagógica aborde a temática étnico-racial de forma efetiva.

REFERÊNCIAS

ALBERNAZ, Pablo de Castro; CARVALHO, José Jorge de. Encontro de Saberes: por uma universidade antirracista e pluriepistêmica. **Horizontes Antropológicos**, v. 28, p. 333-358, 2022. Disponível em: https://www.scielo.br/j/ha/a/F9NpLCqhy5tzj5GwcHFY86h/?format=pdf. Acesso em: 19 maio. 2024.

CASTELINI, Alessandra Lopes de Oliveira. **A formação de docentes para a educação das relações étnico-raciais no município de Pitanga/PR:** percursos da lei 10.639/03. 2016. 227 f. Dissertação (Programa de Pós-Graduação em Educação - Mestrado - Irati) - Universidade Estadual do Centro-Oeste, Guarapuava - PR. Disponível em: https://bdtd.ibict.br/vufind/Record/UCEN_8c7d4c0366c5886294cf4bc9ce90e99f. Acesso em: 07 Maio. 2024.

CONCEIÇÃO, Iberê Araujo da. **Estudantes brasileiros e colombianos de ciências sociais:** percepções sobre raça, ações afirmativas e currículo**.** 2021. Dissertação (Mestrado em Sociologia) – Universidade Federal de São Carlos, São Carlos, 2021. Disponível em: https://repositorio.ufscar.br/handle/ufscar/14174. Acesso: 07 maio. 2024.

DIALLO, Cíntia Santos; LIMA, Cláudia Araújo de. História dos afro-brasileiros, africanos e a educação antirracista: o olhar das/os professoras/es das licenciaturas. **Educação e Pesquisa**,

v. 48, p. e234744, 2022. Disponível em: https://www.scielo.br/j/ep/a/H3TxLx4kQq7FfbvnJn7Mwkp/?format=html&lang=pt. Acesso em: 07 maio. 2024.

FAGUNDES, Camila Maria Santiago. **Olhares afrocentrados para a educação das relações étnico-raciais na formação docente em ciências biológicas.** 2022. Dissertação (Mestrado em Educação em Ciências e Matemática) – Universidade Federal de Pernambuco, Caruaru, 2022. Disponível em: https://bdtd.ibict.br/vufind/Record/UFSC_4bc866e6933add62a805223d3e418fdd. Acesso: 08 Maio. 2024.

GOMES, Nilma Lino. Alguns termos e conceitos presentes no debate sobre relações raciais no Brasil: uma breve discussão. Educação Anti-racista Caminhos Abertos pela Lei Federal nº 10.639/03. Brasília: **Ministério da Educação, Secretaria de Educação Continuada, Alfabetização e Diversidade**, p. 39-62, 2005. Disponível em: https://www.geledes.org.br/wp-content/uploads/2017/03/Alguns-termos-e-conceitos-presentes-no-debate-sobre-Rela%C3%A7%C3%B5es-Raciais-no-Brasil-uma-breve-discuss%C3%A3o.pdf. Acesso: 26 fev. 2023.

HOOKS, bell. **Ensinando a transgredir**: a educação como prática da liberdade. Tradução: Marcelo Brandão Cipolla. São Paulo: Editora Martins Fontes. 2017.

NOGUEIRA, Fernanda. **Cotas raciais no curso de medicina da UFRGS na perspectiva docente:** rupturas e configurações tecidas na garantia do direito à educação superior pública. 2015. 173 f. Dissertação (Mestrado em Educação) - Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2015.

NOGUEIRA, Rafaela Rodrigues. **A pesquisa na formação docente e a temática étnico-racial:** uma análise dos TCCS do Curso de Pedagogia da FACIP/UFU**.** 2016. 143 f. Dissertação (Mestrado em Educação) - Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia, 2016. Disponível em: https://bdtd.ibict.br/vufind/Record/UFU_c830ef553d83a8c034603cd92cc3e46c. Acesso: 09 maio. 2024.

OLIVEIRA, L. M. S. D.; ARAGÃO, P. C. de. As questões étnico - Raciais nas histórias em quadrinhos e as Práticas educativas na formação inicial docente. **Educ. Form**., [S. l.], v. 3, n. 8, p. 171–190, 2018. DOI: 10.25053/redufor.v3i8.276. Disponível em: https://revistas.uece.br/index.php/redufor/article/view/276. Acesso em: 7 maio. 2024.

PRODANOV, Cleber Cristiano; DE FREITAS, Ernani Cesar. **Metodologia do trabalho científico:** métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico-2ª Edição. Editora Feevale, 2013.

SANTOS, Selma da Silva; SANTOS, José Francisco dos. Reflexões a respeito das pesquisas desenvolvidas sobre temas raciais: à luz da política de cotas e da Lei 10.639/03 na Universidade Federal de Sergipe (UFS). **Revista Convergência Crítica**, n. 8, 2015. Disponível em: https://periodicos.uff.br/convergenciacritica/article/view/36513. Acesso em: 07 maio. 2024.

SEVERINO, Antonio Joaquim. Maurício Pedro da Silva, Política das diferenças no ensino superior: questões étnico-raciais na educação universitária brasileira. EccoS – **Revista Científica**, [S. l.], n. 54, p. e16589, 2020. DOI: 10.5585/eccos.n54.16589. Disponível em: https://periodicos.uninove.br/eccos/article/view/16589. Acesso em: 7 maio. 2024.

SILVA, Clesivaldo da. **A implementação da política de educação étnico-racial na Universidade Federal de Alagoas** - UFAL Campus de Arapiraca. 2023. Dissertação (Mestrado em Educação) – Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2023. Disponível em: https://repositorio.ufpe.br/handle/123456789/52059. Acesso: 10 maio. 2024.

SILVA, Daiane da Luz. **Educação em direitos humanos:** uma análise dos currículos das licenciaturas. Dissertação (Mestrado em Estudos Interdisciplinares sobre a Universidade). Instituto de Humanidades, Artes e Ciências Professor Milton Santos, Programa de PósGraduação Estudos Interdisciplinares sobre a Universidade. Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2020. Disponível em: https://repositorio.ufba.br/handle/ri/32240. Acesso: 08 maio. 2024.

SILVA, J. D. da C.N'umbuntu em ação: pesquisa em relações raciais nas escolas municipais (marabá-pa). **Cadernos de Gênero e Diversidade**, [S. l.], v. 1, n. 1, 2015. Disponível em: https://periodicos.ufba.br/index.php/cadgendiv/article/view/13580. Acesso em: 11 maio. 2024.

SILVA, Jardel Vitor. **Análise da implementação do programa de educação tutorial -** PET história da África na Unipampa São Borja – RS. 2021. 105 p. Dissertação (Mestrado Profissional de Políticas Públicas) - Universidade Federal do Pampa, Campus São Borja, São Borja, 2021. Disponível em: https://repositorio.unipampa.edu.br/jspui/handle/riu/5905. Acesso: 12 maio. 2024.

SILVA, M. do S. L. da; LIMA, K. R. R.; PAULA, A. S. do N. de. Diversidade étnico-racial e a construção da identidade docente no curso de Letras: Estado da Questão. **Revista de Educação Popular**, Uberlândia, v. 21, n. 1, p. 249–264, 2022. DOI: 10.14393/REP-2022-63042. Disponível em: https://seer.ufu.br/index.php/reveducpop/article/view/63042. Acesso em: 7 maio. 2024.

SILVA, Petronilha Beatriz Gonçalves e. Educação das Relações Étnico-Raciais nas instituições escolares. **Educar em Revista**, v. 34, n. 69, p. 123-150, 2018. Disponível em: https://www.scielo.br/j/er/a/xggQmhckhC9mPwSYPJWFbND/. Acesso: 06 maio. 2024.

SILVEIRA, Denise Tolfo; CÓRDOVA, Fernanda Peixoto. **A pesquisa científica**. Métodos de pesquisa. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009. p. 33-44**,** 2009. Disponível em: https://lume.ufrgs.br/handle/10183/213838. Acesso: 10 maio. 2024.

SOUSA, Angélica Silva de; OLIVEIRA, Guilherme Saramago de; ALVES, Laís Hilário. A pesquisa bibliográfica: princípios e fundamentos. **Cadernos da FUCAMP**, v. 20, n. 43, 2021. Disponível em: https://revistas.fucamp.edu.br/index.php/cadernos/article/view/2336. Acesso em: 08 maio. 2024.

VERAS, Renata Meira. PASSOS, Vitória Batista Calmon de. PRATES, Mariana Giulia Chaves e SANTOS, Milena Amorim dos. Educação étnico-racial em cursos de licenciatura em duas instituições de ensino superior público da Bahia. **Novas Tendências em Pesquisa Qualitativa** , v.17, 2023. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/374329346_A_FORMACAO_ETNICO-RACIAL_NOS_CURSOS_DE_LICENCIATURA_DE_DUAS_INSTITUICOES_DE_ENSINO_SUPERIOR_PUBLICAS_BAIANAS. Acesso: 11 maio. 2024.

VIEIRA, Sara da Cruz. **Ensinando a transgredir**: o comportamento informacional de docentes para a efetivação de uma educação antirracista. 2024. 145 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Faculdade de Informação e Comunicação, Universidade Federal de Goiás, Goiânia, 2024. Disponível em: https://repositorio.bc.ufg.br/tede/items/1b476e68-40b9-4190-90b0-f57eee835fd5. Acesso: 15 maio. 2024.

O(s) autor(es) é(são) responsável(is) pela fidedignidade dos dados apresentados.

ENTRE O JORNALISMO COM DADOS E O JORNALISMO DE DADOS: A EXPERIÊNCIA DO JORNAL ESTADO DE MINAS

Ana Júlia da Cruz Costa[1]
Julia Ayumi Kuramoto Kubo[2]
Mariza Fernandes dos Santos[3]

RESUMO

Este artigo explora as características do jornalismo de dados, analisando reportagens do jornal Estado de Minas (EM) com base na matriz de classificação proposta por Vasconcellos, Mancini e Bittencourt (2015). O objetivo é avaliar como essas produções se classificam na matriz. Utilizando análise de conteúdo, o estudo revela limitações para categorizar reportagens híbridas e nas práticas do EM, especialmente em transparência. Conclui-se que é necessário ajustar a matriz e capacitar as redações.

Palavras-chave: Jornalismo de Dados; Estado de Minas; Matriz de Classificação; Transparência.

BETWEEN JOURNALISM WITH DATA AND DATA-DRIVEN JOURNALISM: THE EXPERIENCE OF THE NEWSPAPER ESTADO DE MINAS

ABSTRACT

This article explores the characteristics of data-driven journalism, analyzing reports from the newspaper Estado de Minas (EM) based on the classification matrix proposed by Vasconcellos, Mancini and Bittencourt (2015). The aim is to assess how these productions are classified in the matrix. Using content analysis, the study reveals limitations in categorizing hybrid reporting and EM practices, especially in transparency. Therefore, there is a necessity to adjust the matrix and train newsrooms.

Keywords: Data-driven journalism; Estado de Minas; Classification Matrix; Transparency.

INTRODUÇÃO

A era digital trouxe consigo uma série de transformações no campo do jornalismo, afetando tanto a forma como o conteúdo é produzido e consumido quanto as habilidades exigidas dos profissionais dessa área. Em um cenário marcado pelo excesso de informações e desinformações que colocam em risco o ecossistema informacional, o jornalismo se apresenta como um possível aliado no combate à disseminação de informações falsas.

[1] Graduanda em Jornalismo, Faculdade de Informação e Comunicação da Universidade Federal de Goiás (FIC/UFG), anacruz2@discente.ufg.br
[2] Graduanda em Jornalismo, Faculdade de Informação e Comunicação da Universidade Federal de Goiás (FIC/UFG), juliakuramoto@discente.ufg.br
[3] Doutora em Geografia, Faculdade de Informação e Comunicação da Universidade Federal de Goiás (FIC/UFG), marizafernandes@ufg.br

Nesse contexto, o Jornalismo de Dados se destaca por apresentar, entre uma de suas principais características, a confiabilidade, evidenciada em práticas de transparência como a cultura de código aberto. Tal característica do Jornalismo de Dados pode ser atribuída às suas origens no Jornalismo de Precisão, prática desenvolvida por Philip Meyer, que posteriormente deu origem à chamada Reportagem Assistida por Computador (RAC) (Coddington, 2015) .

Petre (2013) conceitua como "virada quantitativa" o processo em que o jornalismo passa a adotar técnicas de computação e do pensamento computacional na produção de notícias. Segundo Coddington (2015), a virada quantitativa pode ser observada em três modalidades de jornalismo desenvolvidas em ambiente digital: a Reportagem Assistida por Computador (RAC), o Jornalismo Computacional e o Jornalismo de Dados. As três vertentes guardam diversas semelhanças entre si, por isso Coddington (2015) se dedica a estabelecer comparações entre elas, na tentativa de melhor compreender a chamada "virada quantitativa".

Conforme apontamos anteriormente, a RAC surge a partir de uma evolução do "Jornalismo de Precisão", termo apresentado em 1973 por Philip Meyer em um livro com o mesmo nome. O Jornalismo de Precisão tem forte ligação com os métodos das ciências sociais, pois busca a adoção de técnicas como a análise de conteúdo e a análise estatística para responder às questões sociais de forma mais objetiva. Entre as décadas de 1980 e 1990, o Jornalismo de Precisão sofreu algumas reformulações e passou a ser reconhecido como Reportagem Assistida por Computador (RAC). A RAC ganhou destaque por sua aplicação no jornalismo investigativo. A forte associação entre a RAC ou o Jornalismo de precisão e as práticas investigativas pode ser notada no trecho em que Nilson Lage (2005) apresenta uma das formas pelas quais pode-se compreender o que seriam as reportagens investigativas, no livro "Teoria e Técnica do Texto Jornalístico":

> Nesse caso, a reportagem moderna tende a convergir para o que Philip Meyer chamou de "jornalismo de precisão" [...] e, na Europa, às vezes chamam de "jornalismo científico". Trata-se de agregar tecnologia no processo de produção intelectual da reportagem; da utilização de processos estatísticos, tabelas ou bancos de dados que podem oferecer diretamente informação jornalística ou ser o ponto de partida para o desenvolvimento de formas convencionais de apuração, como a entrevista e a consulta a textos. Esse método mostra-se útil quando se trata de contestar o senso comum com uma prova considerada irrefutável – a dos números;facilita a contextualização dos eventos e se presta à valorização do jornalismo como instrumento de educação permanente (Lage, 2005, p. 146).

Apesar da associação apresentada por Lage, Coddington (2015) destaca que os jornalistas que praticavam a RAC lutavam contra a percepção de que atuavam somente no jornalismo investigativo. Com a popularização do uso de computadores a partir dos anos 2000, o termo RAC caiu em desuso, tendo em vista que ele não faz mais sentido em um contexto em que a reportagem sem uso de computadores se torna cada vez mais incomum.

Outra vertente da virada quantitativa do jornalismo, o jornalismo computacional, segundo Coddington (2015), tem como foco principal a aplicação da computação e do pensamento computacional tanto no momento da coleta e tratamento de informações quanto no processo de produção de sentidos e apresentação das informações. Pode-se apreender que o Jornalismo Computacional está estritamente relacionado ao uso de linguagem de programação e ao desenvolvimento de aplicações específicas para transmitir informações jornalísticas. O autor aponta que alguns estudiosos consideram o jornalismo computacional como uma espécie de fusão entre a RAC e o jornalismo de dados.

Por sua vez, o Jornalismo de Dados, a terceira vertente da virada quantitativa, é definido por Coddington (2015) como o jornalismo baseado em análise de dados e na representação de tal análise. O autor aponta que há um amplo espectro de caracterização dessa forma de jornalismo, sendo algumas delas: 1. Qualquer atividade que associa dados a reportagens e conteúdos jornalísticos; 2. Uma convergência entre diversas práticas que abrangem análise estatística, ciência da computação, visualização e web design e relatórios. Apesar de uma aparente dificuldade em estabelecer uma especificidade para o jornalismo de dados, Coddington (2015) afirma que esse campo tem sido associado ao uso e proliferação de dados abertos e a ferramentas de código aberto para análise e visualização de dados.

Embora seja possível perceber uma continuidade entre o jornalismo de dados e a RAC, o autor aponta que uma das principais diferenças entre os dois está no fato de que o jornalismo de dados tem uma relação menos intensa com o jornalismo investigativo. Uma outra distinção é a ênfase do jornalismo de dados na visualização como uma prática importante, por meio de uma estreita relação com o design gráfico. A diferenciação entre os três elementos da virada quantitativa do jornalismo proposta por Coddington (2015) evidencia que é difícil apontar muitas fronteiras entre cada um desses campos.

Vasconcellos, Mancini e Bittencourt (2015) avaliam que falta, na diferenciação proposta pelo autor, um debate mais amplo sobre as competências que os jornalistas precisam ter para atuar no jornalismo de dados. Os autores buscam dialogar com

pesquisadores que analisam o jornalismo de dados a partir das competências para compreender o que diferencia suas práticas de apuração daquelas adotadas pelo jornalismo tradicional, e concluem que a competência para analisar dados, organizá-los e analisá-los é um ponto de convergência entre os estudiosos.

"[...] e se podemos afirmar que essa prática não nasce com a tecnologia, mas sim é facilitada por ela, resta-nos compreender o modo como o jornalismo se apropria dos dados para produzir conteúdo." (Vasconcellos, Mancini e Bittencourt, 2015, P. 13). Com foco nessa necessidade de compreensão do jornalismo de dados a partir do "modo de fazer", os autores propõem uma matriz para compreensão desse campo, que considera tanto o processo de produção do conteúdo jornalístico quanto a sua publicação, ou seja, a visualização.

> A dimensão da comunicação dos dados parece ser algo igualmente importante na construção dessa matriz. Mas não seria, a nosso ver, uma dimensão sobre a qualidade estética ou sobre o grau de complexidade de gráficos e infográficos. Embora seja desejável, por conta da sua maior comunicabilidade, a nosso ver é mais interessante, inicialmente, saber se a comunicação gráfica sugere ou induz análises e compreensões sobre o conteúdo ou sobre o fenômeno que o jornalista apresenta na sua reportagem (Vasconcellos, Mancini e Bittencourt, 2015, P. 13-14).

Os autores fazem uma ressalva de que não se trata de um debate entre estética e conhecimento necessário para fazer análises, mas sim de integrar de forma mais equivalente a dimensão da visualização dos dados à matriz de compreensão. No processo de desenvolvimento da matriz de compreensão, Vasconcellos, Mancini e Bittencourt (2015) propõem uma diferenciação entre jornalismo com dados e jornalismo de dados. No primeiro, os dados têm o papel de auxiliar ou ilustrar um conteúdo jornalístico e são incluídos nas reportagens de forma ilustrativa. No segundo caso, "os dados seriam a própria razão de ser da reportagem." (Vasconcellos, Mancini e Bittencourt, 2015, p. 15); ou seja, no jornalismo de dados, a pauta surge a partir das relações entre os dados.

Com isso em mente, os autores elaboram uma matriz de compreensão composta por dois eixos, um vertical e um horizontal. O eixo vertical comporta dois extremos marcados por cinco diferentes níveis, indo do jornalismo *de* dados até o jornalismo *com* dados, buscando incorporar as diversas formas de uso de dados qualitativos pelos jornalistas. O nivelamento se dá por meio do eixo horizontal, que comporta atributos vinculados às competências necessárias para a produção de conteúdos jornalísticos de dados, separadas em três dimensões: investigativa (busca e tratamento dos dados), interpretativa (habilidade de fazer

inferências e contar histórias a partir dos dados) e comunicativa (uso da visualização de dados como estratégia para facilitar a compreensão da história).

Tabela 1 - Matriz de Classificação do Jornalismo de Dados

Categorias X Níveis de JD		Busca e/ou Elaboração própria dos dados (criação da base)	Estrutura a base (séries temporais, categorias rankings, tabelas)	Visualização dos dados (infografia)	Interpretação dos dados (texto)
Jornalismo De Dados → Com Dados	Nível 1				
	Nível 2				
	Nível 3				
	Nível 4				
	Nível 5				

Fonte: Vasconcellos, Mancini e Bittencourt, 2015, p. 17

Em resumo, os autores sugerem que, no primeiro nível, é feita uma busca e/ou produção de uma base de dados primária ou secundária e, então, segue-se uma análise que gera um texto e uma representação gráfica. No nível 2, a diferença é que não existe uma análise textual do fenômeno - terceirizando este trabalho para o público. As produções de nível 3 se baseiam em informações de instituições, ou seja, a equipe não é responsável pela base de dados, embora façam análise e visualização de dados (gráficos/infográficos). Seguindo a escala, o nível 4 é similar ao 3, não havendo produção própria da base de dados, porém, com ainda menor relevância dos dados, não é feita a interpretação pelos jornalistas, utilizando-se apenas da visualização. Por fim, o nível 5 caracteriza-se pela divulgação de dados/números, que não realiza análise e possui visualização meramente ilustrativa.

Será a partir desta matriz - portanto, deste entendimento do conceito de jornalismo de dados - que seguiremos com a análise do jornal Estado de Minas, numa tentativa de entender a forma como o veículo pensa a área de dados.

JORNAL ESTADO DE MINAS

A análise aqui proposta será realizada por meio da aplicação da matriz de categorização de dados proposta por Vasconcellos, Mancini e Bittencourt (2015) às reportagens produzidas pelo núcleo de jornalismo de dados do Jornal Estado de Minas (EM). O veículo foi fundado em 1928 por um grupo de acadêmicos mineiros e, posteriormente -

1930 -, foi comprado pelo Grupo Associados, um condomínio criado e gerido por Assis Chateaubriand. Neste período, o EM consolidou-se como líder de comunicação no Estado de Minas Gerais, chegando a ser lido diariamente por mais de 580 mil pessoas (Gabrich, 2008, p. 76).

Ao longo da história do Jornal Estado de Minas, seu processo produtivo e a abordagem escolhida para as suas editorias foram evoluindo em paralelo ao desenvolvimento de novas tecnologias, como o uso de fotos, as impressões coloridas e a capacidade de produção dos exemplares. Essa capacidade de se renovar, por conseguinte, mantinha o EM como líder de cobertura em Minas Gerais. Em 1995, por exemplo, ele apresentava um índice médio de assinaturas em 94,8%.

Um ano depois, o veículo passou por mais uma transformação ao buscar dialogar com a recém-chegada era digital. O Estado de Minas foi o primeiro jornal brasileiro provedor de acesso à internet e, por meio dessa articulação multimídia, permaneceu como líder na cobertura jornalística da região e se mantém nos destaques do cenário nacional. Em 2018, o jornal renovou a identidade visual, com uma proposta que traz "maior dinamismo à leitura e favorece a ampliação da diversidade de conteúdo", conforme explicou o diretor de redação Carlos Marcelo[4].

O EM apresenta iniciativas como essa recorrentemente, em tentativas de se adaptar ao público que provém cada vez mais da internet. Em decorrência dessa linha do tempo da instituição, surge este estudo. Mais recentemente, em maio de 2024, o jornal anunciou a criação de um núcleo próprio especializado em jornalismo de dados, área que cresceu nos últimos anos. Nesse sentido, partimos para uma análise do caso, a fim de compreender os limites entre o prometido e esperado de uma produção de JD, e a realidade do produto final entregue aos leitores do Jornal Estado de Minas.

METODOLOGIA

Este projeto tem natureza qualitativa e trata-se de uma pesquisa exploratória. Foi utilizado o método de análise de conteúdo, definida por Bardin (2016) como "um conjunto de técnicas de análise das comunicações, que utiliza procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens" (Bardin, 2016, p. 44). Seguimos as três etapas propostas pela autora: (1) a pré-análise; (2) a exploração do material; (3) o tratamento dos

[4] Disponível em: https://www.em.com.br/app/noticia/gerais/2023/09/17/interna_gerais,1562955/paginas-abertas-para-uma-nova-historia-bem-vindo-ao-novo-estado-de-minas.shtml. Acesso em: 25 set. 2024.

resultados: inferência e interpretação, conforme descreveremos a seguir.

PRÉ-ANÁLISE

A pré-análise é a etapa de organização do material e de elaboração das categorias de análise. Nesta fase, busca-se fazer uma sistematização do referencial teórico, que deverá guiar a análise e preparar o conjunto de dados da pesquisa. A seleção preliminar dos dados foi realizada a partir de uma busca exploratória online na ferramenta de pesquisa *Google*, com o objetivo de identificar veículos e iniciativas jornalísticas brasileiras voltadas exclusivamente para o jornalismo de dados, tendo em vista o nosso objetivo de aplicar a categorização de jornalismo de dados proposta por Vasconcelos, Mancini e Bitencourt (2015). Entre os achados da busca exploratória, está uma reportagem publicada no Jornal Estado de Minas em maio de 2024, que informa a criação de um núcleo especializado em jornalismo de dados[5].

Tal fato chamou a atenção das pesquisadoras pois, conforme apontamos anteriormente, o EM é um jornal tradicional, fundado na década de 1920, e que busca incorporar os avanços tecnológicos às rotinas de produção jornalística. Por ser uma iniciativa bastante recente, o núcleo de jornalismo de dados do EM ainda não foi objeto de pesquisas que buscam analisar o jornalismo de dados produzido no Brasil, como as de Ventura (2018), Queiroz (2023) e Santos (2019), o que despertou nosso interesse em analisar as produções desse veículo.

Com isso em mente, acessamos a página online do jornal[6] e verificamos que, apesar da criação do núcleo, não há uma editoria de jornalismo de dados. As editorias do EM são: Cidades, Política, Economia, Nacional, Internacional, DiverEM (voltada para pautas sobre diversidade e inclusão), Saúde, Cultura, Educação, Colunas e Direito e Justiça. A reportagem que anuncia o novo núcleo cita que o coordenador é o jornalista Gabriel Ronan, por isso adotamos a estratégia de buscar pelas matérias assinadas por esse jornalista no site.

O sistema de busca do EM demonstrou-se insuficiente para a seleção da amostra desejada, pois não permite a filtragem por data e, como resultado disso, utilizamos a

[5] Estado de Minas lança núcleo especializado em jornalismo de dados. Disponível em: https://www.em.com.br/tecnologia/2024/05/6855494-estado-de-minas-lanca-nucleo-especializado-em-jornalismo-de-dados.html. Acesso em 15 set. de 2024.
[6] Disponível em: https://www.em.com.br/. Acesso em 15 set. de 2024.

ferramenta *Google News*[7] para obter apenas as reportagens produzidas pelo Gabriel Ronan após a criação do núcleo de jornalismo de dados no veículo. A busca retornou um total de 23 matérias nas quais Gabriel Ronan consta como autor ou coautor. A maioria dos conteúdos apresenta alguma característica do jornalismo de dados, conforme descreveremos na etapa de tratamento dos resultados. Os dados resultantes da busca foram extraídos manualmente e tabulados por meio da ferramenta *Google Sheets*, em uma tabela composta pelas seguintes colunas: título, data, editoria, busca/elaboração própria da base de dados, estruturação da base de dados, visualização gráfica, interpretação textual e nível. Assim, a tabela ajuda a identificar as matérias e permite uma melhor visualização da análise feita com base nas dimensões propostas pelos autores.

EXPLORAÇÃO DO MATERIAL

Primeiramente, analisamos o conjunto de dados utilizando o procedimento da "leitura flutuante", que envolve um primeiro contato com os documentos, prestando atenção nas impressões e direções que emergem ao longo da leitura. Bardin (2016) destaca que esse método torna a leitura mais precisa, à medida que hipóteses e teorias começam a ser delineadas a partir do material. Nesta etapa, identificamos que algumas das matérias que faziam parte do nosso corpus não eram baseadas em dados, e por isso decidimos excluí-las, restando um total de 22 matérias.

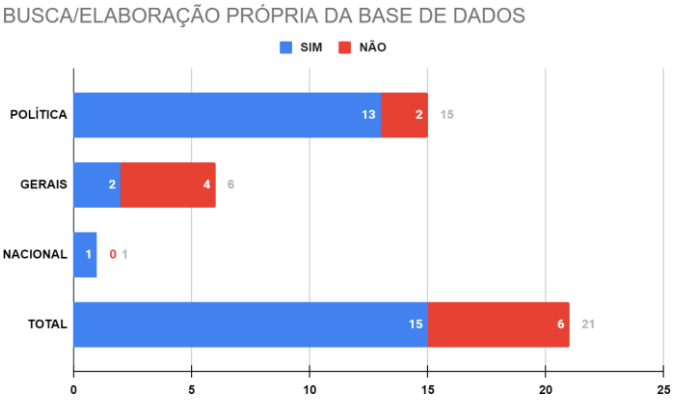
No que diz respeito à elaboração das categorias de análise, conforme apontamos anteriormente, o nosso objetivo com esta pesquisa foi testar a categorização de jornalismo de dados proposta por Vasconcelos, Mancini e Bittencourt (2015). Por isso, a princípio, consideramos que não haveria necessidade de elaborar novas categorias. No entanto, ao realizar o processo de categorização, observamos que algumas das reportagens não se enquadraram em nenhuma das categorias que compõem a matriz de classificação, por isso acrescentamos a categoria “inconclusivo”.

Com as matérias a serem analisadas organizadas em uma planilha de acordo com a matriz de classificação escolhida como guia neste estudo, conseguimos alguns dados interessantes para a reflexão acerca da proposta de Vasconcelos, Mancini e Bittencourt (2015), bem como para avaliação do conceito de jornalismo de dados “vendido” pelo jornal Estado de Minas.

[7] Disponível em: https://news.google.com/search?q=https%3A%2F%2Fwww.em.com.br%2F%20%22Gabriel%20Ronan%22%20when%3A1y&hl=pt-BR&gl=BR&ceid=BR%3Apt-419. Acesso em: 30 set. 2024.

Na categoria “busca/elabora sua própria base de dados”, 68,18% das matérias produzidas pelo jornalista Gabriel Ronan cumprem essa etapa. Esse número sobe para 100% ao considerarmos a categoria “estrutura a base”. Quanto à visualização de dados, 63,64% das reportagens apresentam alguma forma de mecanismo de visualização. Além disso, 81,82% delas apresentam uma “interpretação textual”. Vale pontuar que, entre as 22 reportagens analisadas, apenas uma[8] disponibiliza o banco de dados para *download*. Da mesma forma, somente uma matéria[9] tem uma sessão destinada à explicação da metodologia utilizada no trabalho com dados. Além disso, outra observação diz respeito às editorias em que as reportagens do núcleo de jornalismo de dados foram publicadas: 15 são de Política, 6 são Gerais e uma é catalogada como Nacional. Esse dado indica uma priorização da aplicação do jornalismo de dados em pautas da editoria de Política no jornal EM.

Gráfico 1 - Número de reportagens incluídas (sim) e excluídas (não) da categoria “Busca/Elaboração da própria base de dados”

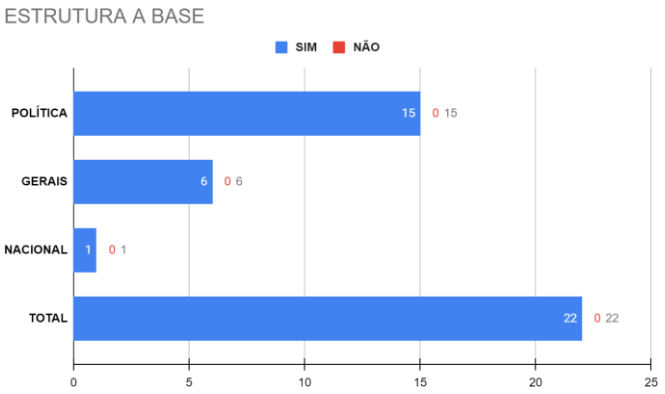


Fonte: Elaboração Própria (2024)

Gráfico 2 - Número de reportagens incluídas (sim) e excluídas (não) da categoria “Estrutura a base”

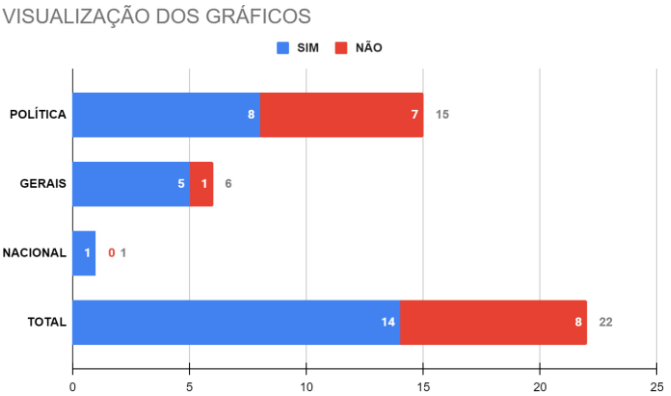
[8] Reajuste médio proposto por Zema é menor que R$ 50 para 42 mil servidores. Disponível em: https://www.em.com.br/politica/2024/06/6869323-reajuste-medio-proposto-por-zema-e-menor-que-rs-50-para-42-mil-servidores.html Acesso em 15 set. de 2024.

[9] Ibama multa candidato a prefeito por provocar queimada na grande BH. Disponível em: https://www.em.com.br/politica/2024/09/6940873-ibama-multa-candidato-a-prefeito-por-provocar-queimada-na-grande-bh.html Acesso em 15 set. de 2024.



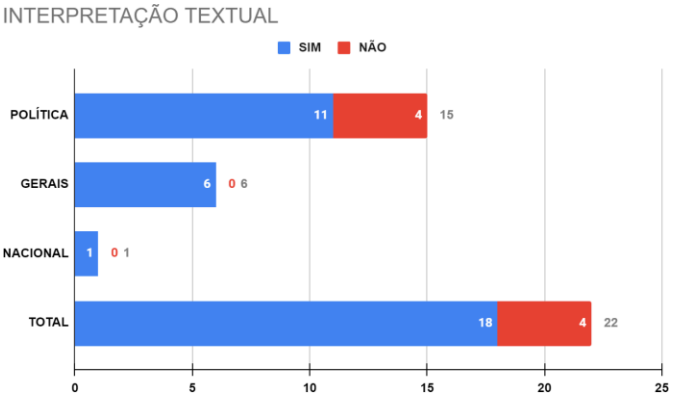
Fonte: Elaboração Própria (2024)

Gráfico 3 - Número de reportagens incluídas (sim) e excluídas (não) da categoria "Visualização dos gráficos"



Fonte: Elaboração Própria (2024)

Gráfico 4- Número de reportagens incluídas (sim) e excluídas (não) da categoria "Interpretação Textual"



Fonte: Elaboração Própria (2024)

TRATAMENTO DE RESULTADOS

Partindo da análise de reportagens do jornal Estado de Minas e guiando-nos pela matriz de categorização proposta por Vasconcellos, Mancini e Bittencourt (2015), os produtos jornalísticos foram analisados de acordo com as seguintes categorias: 1. Busca e/ou

elaboração própria dos dados (criação de base); 2. Estrutura a base (séries temporais, categorias, rankings, tabelas; 3. Visualização dos dados (infografia); 4. Interpretação dos dados (texto). A partir de tais categorias, segundo a proposta dos autores, é possível classificar as produções jornalísticas em uma escala que vai do jornalismo de dados ao jornalismo com dados.

> Na nossa matriz, estabelecemos no eixo vertical uma escala que vai do extremo Jornalismo com dados ao Jornalismo de Dados. Trata-se de uma tentativa não só de conceituar o JD através de diferenciações implícitas na forma de produzir, como também, a partir do conteúdo das publicações (Vasconcellos, Mancini, Bittencourt, 2015, p. 23).

Assim, após a categorização, realizamos a verificação de cada uma das dimensões citadas pelos autores. A dimensão investigativa aponta se a extração e organização da base de dados foi realizada pelos jornalistas do EM, visto que reportagens de jornalismo de dados tendem a apresentar "indicações sobre o esforço da própria equipe ou mesmo indicações sobre o ineditismo do dado apresentado após a busca e/ou estruturação feita pela equipe" (Vasconcellos, Mancini e Bittencourt, 2015, P. 16). Em seguida, na dimensão interpretativa, avaliamos se a reportagem possui uma análise textual das informações extraídas e se indica suas causas/consequências. Finalmente, na dimensão comunicativa, observamos se os jornalistas produziram material de visualização de maneira a comunicar-se melhor com o público, facilitando o entendimento do conteúdo dos dados, a exemplo de tabelas, gráficos e infográficos. Os autores fazem a ressalva de que essa dimensão não avalia aspectos estéticos, mas "no sentido de que essa comunicação promova ou incentive a compreensão analítica da reportagem" (Vasconcellos, Mancini e Bittencourt, 2015, P. 17).

Como mencionado anteriormente, o veículo Estado de Minas (2024) afirmou que possui um núcleo especialista em jornalismo de dados que, de acordo com a instituição, utiliza técnicas especializadas por meio de "linguagens de programação, para vasculhar bases de dados e encontrar pautas de interesse público" (Estado de Minas, 2024). Com isso em mente, partimos para a análise com o objetivo de verificar se o núcleo, de fato, trabalha com um jornalismo de dados - tanto pela concepção de Vasconcellos, Mancini, Bittencourt, como pela própria compreensão do Estado de Minas do que é jornalismo *de* dados - ou se este apenas utiliza dos dados como uma ferramenta de apoio dentro da produção jornalística, o que configura um tipo de jornalismo *com* dados.

Mediante isso, antes de nos debruçarmos sobre a matriz de classificação de Vasconcellos, Mancini e Bittencourt (2015), será avaliado o processo de produção das reportagens pelo EM. Coddington (2015) defende que, no jornalismo de dados, sempre deve ficar claro como se deu a construção da matéria. Como apontamos anteriormente, a transparência dos métodos é um dos traços que o jornalismo de precisão imprimiu no jornalismo de dados a partir de sua forte relação com o método científico. No entanto, durante a análise das 22 publicações consideradas pelo recorte deste estudo, houve um grau de dificuldade para compreensão de como os dados expostos foram extraídos e segmentados - a metodologia -, além da própria autoria, uma vez que, embora escrito pelo jornalista Gabriel Ronan, um dos textos não indicava que o núcleo especializado em JD do veículo esteve envolvido. Conforme apontamos anteriormente, apenas uma das 22 matérias apresenta uma sessão de "metodologia". Além disso, somente uma reportagem disponibiliza a base de dados utilizada para que o leitor acesse. A falta de clareza sobre os métodos e sobre as bases de dados - o que é considerado uma boa prática no campo do jornalismo de dados - impede que os leitores e outros profissionais de jornalismo possam avaliar e até mesmo reproduzir as técnicas utilizadas na produção e interpretação das informações publicadas pelo núcleo de jornalismo de dados do jornal, além de não ser uma prática condizente com a cultura de dados abertos.

Outra lacuna quanto à transparência do jornal na elaboração desses conteúdos com dados é a falta de uma editoria específica no site para as matérias que envolvem o núcleo especializado na área. Não é pontuado também se existem outros profissionais envolvidos e, se sim, quem são. Somente o jornalista Gabriel Ronan, coordenador da iniciativa, é citado, o que indica que talvez ele seja o único profissional responsável pelo trabalho com dados na redação. Essa evidência nos chamou a atenção pelo fato de que, conforme se percebe na quantidade de dimensões envolvidas na matriz de classificação do jornalismo de dados, este é um trabalho com muitas etapas e que demanda, dos jornalistas, competências que vão desde a habilidade de manipular dados até a sua interpretação e a elaboração de mecanismos de visualização. Ou seja, é um trabalho que pode ser melhor executado em equipe. Além disso, não há relatos sobre a participação do leitor do veículo seja na solicitação de pautas, seja em reportagens que não contextualizam os dados ali registrados, podendo isso impossibilitar uma leitura mais crítica por parte do cidadão que consome os conteúdos do EM.

Para a discussão acerca da matriz de classificação escolhida como referência para a análise das reportagens, levemos em consideração os compromissos do núcleo especializado em jornalismo de dados do jornal Estado de Minas para a concretização deste trabalho. O veículo elucida que as reportagens feitas por esse departamento buscam como base: dados oficiais dos Três Poderes (Legislativo, Judiciário e Executivo), dados obtidos via Lei de Acesso à Informação (LAI), "raspagem" em sites e/ou dados levantados por meio das redes sociais. Além disso, o jornal esclarece que o processo de elaboração dos textos é realizado em três etapas: extração, estruturação e visualização. Tal procedimento operacional diferencia-se, em dois pontos da proposta de Vasconcellos, Mancini e Bittencourt (2015), que apresenta outras duas etapas/categorias: "busca e/ou elaboração própria dos dados" e "interpretação dos dados (texto)".

Após a categorização, buscamos classificar as reportagens observando em qual nível da matriz de classificação elas estão localizadas. Conforme a Figura 1, os autores classificaram as reportagens de jornalismo *de* dados nos níveis 1 e 2 da matriz; enquanto as reportagens posicionadas entre os níveis 3 e 5 foram classificadas como jornalismo *com* dados. Observamos algumas lacunas na matriz de classificação, pois algumas das matérias analisadas não se enquadraram em nenhum dos níveis, e por isso acrescentamos a categoria "inconclusivo".

Tabela 2 - Divisão das reportagens em níveis em cada editoria

	POLÍTICA	GERAIS	NACIONAL	TOTAL
NÍVEL 1	40,00%	16,67%	100,00%	**44,44%**
NÍVEL 2	13,33%	-	-	**11,11%**
NÍVEL 3	-	-	-	-
NÍVEL 4	-	-	-	-
NÍVEL 5	46,67%	16,67%	-	**44,44%**
INCONCLUSIVO	-	66,67%	-	**22,22%**

Fonte: Elaboração Própria (2024)

Desse modo, podemos observar que, a partir da proposta de Vasconcellos, Mancini e Bittencourt (2015), as reportagens do EM tendem a ficar nas extremidades do espectro, com sua maioria se dividindo entre os níveis 1 (Jornalismo *de* dados - 44,44%) ou 5 (Jornalismo *com* dados - 44,44%). Isso demonstra uma grande variação entre reportagens que se enquadram completamente no jornalismo *de* dados e reportagens que fogem integralmente da promessa do núcleo, classificadas como jornalismo *com* dados. Somente 2 reportagens

(11,11%) foram consideradas de nível 2, sendo que nenhuma se enquadrou nos níveis 3 e 4. Além disso, houve 4 reportagens definidas como “inconclusivas”, visto que a matriz não foi suficiente para categorizá-las, pois as condições destas reportagens não coincidiam com nenhum dos níveis indicados na matriz.

A partir dessas informações, restaram duas conclusões: 1. Apesar de as dimensões teóricas serem bem trabalhadas, a matriz de categorização proposta é insuficiente para definir o jornalismo de dados; 2. O núcleo de jornalismo de dados do jornal Estado de Minas não incorpora todas as práticas e potencialidades do jornalismo de dados, mantendo-se ainda bastante próximo das práticas do jornalismo tradicional (jornalismo com dados).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo buscou compreender o papel do jornalismo de dados no contexto brasileiro, tomando o caso do jornal Estado de Minas como exemplo prático e aplicando a matriz de classificação proposta por Vasconcellos, Mancini e Bittencourt (2015). Ao longo da análise, foram observados desafios e oportunidades na produção de conteúdo jornalístico orientado por dados, bem como limitações na matriz adotada.

A matriz de classificação utilizada demonstrou-se relevante para a organização das reportagens em diferentes níveis de jornalismo orientado por dados. Contudo, evidenciou-se uma certa rigidez, o que resultou em reportagens que não se enquadraram plenamente em nenhum dos níveis propostos. Essa limitação sugere a necessidade de ajustes para que a matriz possa melhor refletir a diversidade e as nuances presentes nas práticas do jornalismo de dados.

Algumas lacunas principais incluem a falta de categorias específicas para reportagens que utilizam dados de maneira híbrida, sem uma divisão clara entre o jornalismo *com* e *de* dados. Uma sugestão de melhoria seria incluir subcategorias que contemplem práticas intermediárias, como o uso de dados secundários com interpretação aprofundada e visualizações inovadoras. Além disso, integrar uma dimensão que considere o grau de transparência metodológica e a acessibilidade aos dados utilizados poderia reforçar o alinhamento da matriz com os princípios de abertura e responsabilidade no jornalismo de dados.

Em relação ao jornalismo de dados produzido pelo jornal Estado de Minas, foi observado que, embora o veículo tenha estruturado um núcleo dedicado ao tema, ainda se mantêm desafios para alcançar plenamente as práticas de um jornalismo de dados

idealizado. Muitas reportagens apresentam características de jornalismo *com* dados, em vez de *de* dados, o que implica uma utilização mais ilustrativa do conteúdo informativo, sem que os dados sejam o foco central das matérias. Além disso, a falta de transparência em relação às metodologias utilizadas e a escassez de dados disponibilizados para o público limitam a capacidade de reprodução e verificação dos conteúdos, afastando-se dos princípios de abertura e transparência que caracterizam o jornalismo de dados.

Outro ponto de atenção é a equipe restrita para o desenvolvimento de reportagens orientadas por dados, o que pode impactar a capacidade do núcleo em lidar com projetos complexos e com as múltiplas demandas do jornalismo de dados, como coleta, análise, visualização e interpretação de dados. Este cenário reflete o que ocorre em outras redações brasileiras, que, diante de recursos limitados, buscam equilibrar inovação e praticidade, mas ainda enfrentam dificuldades em explorar plenamente o potencial do jornalismo de dados.

Por fim, este trabalho não apenas contribui para o debate sobre as práticas de jornalismo de dados no Brasil, mas também aponta caminhos para que veículos e acadêmicos possam aprimorar suas metodologias e classificações. Espera-se que esta análise inspire futuras investigações que explorem formas de refinar e expandir a matriz de Vasconcellos, Mancini e Bittencourt (2015), de forma a adaptá-la aos desafios e às oportunidades emergentes no campo do jornalismo de dados.

REFERÊNCIAS

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2016.

CODDINGTON, Mark. Clarifying Journalism's Quantitative Turn: A typology for evaluating data journalism, computational journalism, and computer-assisted reporting. **Digital Journalism**, [*S.l.*], v. 3, n. 3, p. 331-348, 2015. Disponível em: https://doi.org/10.1080/21670811.2014.976400. Acesso em: 28 set. 2024.

ESTADO DE MINAS. **Google News**, 2024. Resultados da Pesquisa "Gabriel Ronan". Disponível em: https://news.google.com/search?q=https%3A%2F%2Fwww.em.com.br%2F%20%22Gabriel%20Ronan%22%20when%3A1y&hl=pt-BR&gl=BR&ceid=BR%3Apt-419. Acesso em: 30 set. 2024.

Estado de Minas lança núcleo especializado em jornalismo de dados. **Estado de Minas**, 12 mai. 2024. Disponível em: https://www.em.com.br/tecnologia/2024/05/6855494-estado-de-minas-lanca-nucleo-especializado-em-jornalismo-de-dados.html#google_vignette. Acesso em: 15 set. 2024.

GABRICH, Geraldo Teixeira. **Análise das alterações na estrutura organizacional e sua**

influência na longevidade do Jornal Estado de Minas. 2008. 119f. Dissertação (Mestrado em Administração) - Faculdade de Ciências Empresariais, Universidade FUMEC. Belo Horizonte, p. 76-80. Disponível em: https://repositorio.fumec.br/xmlui/handle/123456789/318. Acesso em: 23 set. 2024.

LAGE, Nilson. **Teoria e Técnica do Texto Jornalístico**. 7 ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005. p. 139-160.

PETRE, Caitlin. A Quantitative Turn in Journalism? **The Town Center For Digital Journalism**, 30 out. 2013. Disponível em: https://www.google.com/url?q=http://towcenter.org/blog/a-quantitative-turn-in-journalism/&sa=D&source=docs&ust=1728564951249182&usg=AOvVaw02B4ys3l5K9ZzVj6txAQN5. Acesso em: 22 set. 2024.

QUEIROZ, Fernanda Neves. **Jornalismo de dados e política no Brasil:** uma análise comparativa dos veículos Agência Pública, Gênero e Número, Nexo Jornal e The Intercept Brasil. 2023. 133f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Jornalismo) - Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia, 2023. Disponível em: https://repositorio.ufu.br/handle/123456789/38687. Acesso em: 29 set. 2024.

SANTOS, Mathias Felipe de Lima. **Tem #DDJBR aqui?:** Mapeando a presença do jornalismo de dados no Brasil. 2019. 43f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação - Jornalismo) - Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2019. Disponível em: https://pantheon.ufrj.br/bitstream/11422/17509/1/MSantos.pdf. Acesso em: 29 set. 2024.

VASCONCELLOS, Fábio; MANCINI, Leonardo; BITTENCOURT, Carolina. Cinco categorias de Jornalismo de Dados ou uma proposta para problematizar o Jornalismo a partir de dados no Brasil. In: **SEMINÁRIO DE PESQUISA EM JORNALISMO INVESTIGATIVO**, 2015, São Paulo. **Anais**... São Paulo: Abraji, 2015. p. 1-24. Disponível em: https://seminario.abraji.org.br/wp-content/uploads/2023/04/carolina_bittencourt_fabio_vasconcellos_leonardo_mancini.pdf. Acesso em: 6 set. 2024.

VENTURA, Mariane Pires. Jornalismo de Dados como diferencial: o caso do Nexo. **Pauta Geral -** Estudos em Jornalismo, Ponta Grossa, v. 5, n. 2, p. 240-254, jul./dez. 2018. Disponível em: https://revistas.uepg.br/index.php/pauta/article/view/12290. Acesso em: 29 set. 2024.

WERNECK, Gustavo; GARCIA, Roney. Páginas abertas para uma nova história: bem-vindo ao novo Estado de Minas. **Estado de Minas**, 17 set. 2023. Disponível em: https://www.em.com.br/app/noticia/gerais/2023/09/17/interna_gerais,1562955/paginas-abertas-para-uma-nova-historia-bem-vindo-ao-novo-estado-de-minas.shtml. Acesso em: 25 set. 2024.

As autoras são responsáveis pela fidedignidade dos dados apresentados.

A PRODUÇÃO DE SEMIOSES PELAS *AFFORDANCES* DA PUBLICIDADE PROGRAMÁTICA

João Batista Nascimento dos Santos[1]

RESUMO

O tema é a produção de semiose pela publicidade programática. O objetivo é examinar como se constitui a semiose através das configurações das campanhas. Metodologicamente, executamos pesquisas bibliográfica, exploratória e a descritiva pelo viés das *affordances* e análise pela Semiótica da Cultura. Verificamos, entre outras coisas, que o Facebook possui a semiosfera da rede social, a semiosfera do ambiente de publicidade e ainda a semiosfera constituída pelos códigos de programação.

Palavras-chave: publicidade programática; semióticas a-significantes; *affordances;* corpo; semiosfera digital.

THE PRODUCTION OF SEMIOSIS THROUGH THE AFFORDANCES OF PROGRAMMATIC ADVERTISING

ABSTRACT

The theme is the production of semiosis by programmatic advertising. The objective is to examine how semiosis is constituted through the configurations of the campaigns. Methodologically, we carried out bibliographical, exploratory and descriptive research from the affordances perspective and analysis through the Semiotics of Culture. We verified, among other things, that Facebook has the semiosphere of the social network, the semiosphere of the advertising environment and also the semiosphere constituted by the programming codes.

Keywords: programmatic advertising; a-signifying semiotics; resources; body; digital semiosphere.

INTRODUÇÃO

Este trabalho procura elaborar uma compreensão sobre o funcionamento das plataformas de publicidade programática. Empreendemos a pesquisa por meio da coleta e sistematização de dados e do mapeamento associado à descrição das funções da plataforma de publicidade programática do Facebook, denominada Gerenciador de Anúncios. O problema de investigação é o seguinte: como é engendrada a semiose em um sistema de publicidade programática? O objetivo é examinar como se constitui a semiose da publicidade

[1] Doutor em Comunicação e Informação pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul, e-mail: joaobnasc.santos@gmail.com

programática por intermédio das interações configuradas no momento da elaboração das campanhas, e que resultam nas métricas apresentadas no Gerenciador de Anúncios.

As plataformas apresentam uma capacidade cada vez mais ampla de realizar a mediação das práticas sociais. Nesse sentido, o conceito de *affordance* (Gibson, 1986) é bastante adequado para considerarmos as formas como os usuários estabelecem suas práticas com base nas possibilidades políticas e materiais que os desenvolvedores propõem (D'Andréa, 2020).

Neste trabalho procuramos elaborar uma compreensão sobre a operação da publicidade programática. Esta forma de comunicação opera por meio de duas semióticas, que são a linguagem artificial (Lotman, 1996), ou semióticas a-significantes em paralelo com o aspecto significante da publicidade.

Realizamos nossa pesquisa exploratória nos sites e plataformas de algumas empresas de publicidade programática, verificamos que o sentido quantificável é hegemônico no funcionamento da publicidade programática. As variadas oportunidades de interação dos sujeitos com a publicidade são quantificadas como forma de medir a eficácia da mensagem publicitária (Amazon, 2023 a).

No método de funcionamento da publicidade programática são executados algoritmos de automação de fluxo de trabalho e *machine learning*, tal operação tem entre outros objetivos a exibição de anúncios com maior possibilidade de serem eficazes junto ao público ao qual se dirigem (Amazon, 2023 b). Conforme Silveira (2019), os algoritmos de aprendizagem de máquina, *machine learning*, tomam decisões a partir da relação/avaliação entre dados que constam do histórico de navegação dos indivíduos.

As métricas são os parâmetros de medição do resultado das campanhas publicitárias, são vários indicadores que apontam o nível de relação que uma campanha alcançou junto ao corpo de cada sujeito, pois são os seus dados comportamentais que são medidos (Amazon Ads, 2023 a).

Voltamo-nos para o ambiente de publicidade do Facebook para investigar o processo de funcionamento da publicidade programática em uma plataforma que incorpora redes sociais e sistemas de publicidade. Metodologicamente, executaremos pesquisas bibliográfica e exploratória, e realizaremos a descrição das funcionalidades, possibilidades e interações dos sujeitos no uso da plataforma Gerenciador de Anúncios do Facebook pelo viés das *affordances*. Nossa análise se dará a partir da fundamentação teórica, orientados também

pela semiótica da cultura. Nesse sentido, consideramos elaborar uma compreensão da semiose da publicidade programática através dos usos e das possibilidades que as plataformas publicitárias proporcionam por meio de suas interfaces.

Uma vez que as plataformas publicitárias estudadas se encontram em um ambiente online, cabe destacar nossa perspectiva sobre o termo ´plataforma online´. Uma plataforma on-line vem a ser uma arquitetura digital programável planejada para organizar interações entre os sujeitos, o que inclui não somente os usuários finais como também entidades corporativas e órgãos públicos (Van Dijck; Poell; Wall, 2018).

Nossa reflexão está sistematizada em oito etapas. Primeiramente, expusemos a apresentação que expõe nossos questionamentos sobre a operação da publicidade programática. Posteriormente, abordamos a conjuntura que propiciou o surgimento da publicidade programática, somando-se a isso a relação que os sistemas de informática e a internet estabelecem com os indivíduos por meio do perfilamento e o controle. A terceira parte é dedicada a abordar o estágio em que se encontra nossa pesquisa exploratória sobre a publicidade programática. A quarta parte é dedicada a tratar da publicidade programática examinando o que é esse modo de comunicação. Logo após, expomos a relação que é estabelecida entre o corpo e os dispositivos computacionais. Chegando à sexta parte, tratamos sobre as semióticas a-significantes. No sétimo ponto trazemos uma abordagem sobre a semiótica da cultura. Em oitavo lugar tratamos sobre as *affordances* das plataformas de publicidade programática. Em penúltimo lugar, expomos uma descrição do Gerenciador de Anúncios do Facebook pela perspectiva das *affordance*, e, para finalizar, a análise com as considerações finais.

A CONJUNTURA QUE VIABILIZA O ADVENTO DA PUBLICIDADE PROGRAMÁTICA

É o ambiente da década de 1970 que vai propiciar a chegada da publicidade programática. Um período que passou por duas crises, e que o desenvolvimento das tecnologias de informação foi percebido como uma via que poderia ser a solução para resolver a inércia que se apresentava na sociedade. Dessa forma, começou uma revolução informática e em concomitância as lógicas de controle também foram desenvolvidas (Mattelart; Vitalis, 2015).

Com o advento das novas tecnologias voltadas ao controle social, é criada uma nova condição para o sujeito hodierno, que consiste no perfilamento. Tal aspecto diz respeito a

um modo de controle indireto sobre os indivíduos, o qual sustenta a exploração de informações obtidas sobre eles, os dados pessoais provêm de acesso a sites, aplicativos, plataformas de redes socais e outros conforme Mattelart; Vitalis, (2015).

No contexto hodierno, as estruturas algorítmicas fazem a intermediação e a modulação das relações sociais. Os algoritmos são rotinas finitas, fazem parte de uma rede de actantes e estes ainda são logicamente ligados por cadeias (Silveira, 2019).

Não existe neutralidade nos algoritmos, eles são performativos e ainda afetam o contexto em que operam, produzindo reações, geram transformações nos âmbitos sociais e sua presença frequentemente não é percebida. As redes sociais, os buscadores como Yahoo e Bing e as plataformas programáticas de anúncios fazem uso destas estruturas algorítmicas (Silveira, 2017).

EXPLORANDO A PUBLICIDADE PROGRAMÁTICA

Em uma pesquisa exploratória para aproximação do tema, buscamos fontes de informação sobre a publicidade programática, e entre os materiais encontrados destacamos alguns aspectos observados junto à revista *Meio e Mensagem*, a plataforma Amazon Ads e a Google Ads.

Conforme matéria na *Meio e Mensagem* (2022), as mídias programáticas operam através de determinadas plataformas, as quais estabelecem o nexo entre anunciantes e espaços publicitários. As etapas seguintes se sucedem de modo automatizado, o que vai desde a escolha do público de interesse até a apresentação do anúncio para as pessoas.

Por sua vez, a Amazon Ads (2023) define a publicidade programática como a produção de anúncios digitais com a utilização de tecnologia. Esta forma de comunicação diz respeito à utilização de tecnologia de publicidade para executar a compra, a venda e a apresentação de anúncios digitais mais eficazes para o público.

Segundo o Google Ads (2020), a publicidade digital vem se aprimorando em conjunto com a rede, e atualmente pequenos ou grandes negócios podem utilizar plataformas baseadas em algoritmos para assistir na gestão da publicidade programática de modo eficiente e em ampla escala.

DEFININDO A PUBLICIDADE PROGRAMÁTICA

As definições dadas à publicidade programática são múltiplas, *big data,* publicidade digital, exibição a partir de dados, sendo estes dados usados como base para as decisões da mídia e do marketing. Segundo Busch (2016), a publicidade programática é a veiculação de forma automática de anúncios digitais, o que se sucede em tempo real, baseado em possibilidades de impressão de anúncios, o que vem a ser a visualização destes.

A publicidade programática é uma forma de efetivar a aquisição e também otimizar campanhas em tempo real de modo automático. Com o uso de algoritmos o público pode ser segmentado, a partir de dados demográficos, hábitos de consumo, interesses e outros aspectos (Oliveira; Sani, 2021). Nesse sentido compreendemos que as semióticas a-significantes ou a linguagem artificial são fulcrais para a operação da publicidade programática a qual mantém constante interação com o corpo dos sujeitos.

O CORPO

Em nossa compreensão, o tema do corpo necessita ser abordado para que tenhamos a capacidade de visualizar a efetiva dimensão dos agentes que estão envolvidos no processo de operação da publicidade programática. Nessa perspectiva, Le Breton (2021) argumenta que a forma de investimento em determinadas circunstâncias no âmbito da internet sobreleva a ligação ao real físico do indivíduo, fazendo com que este último possa ter a sua substituição pelo virtual. Contudo, o internauta vivencia um sentimento de presença desconcertante ao transitar pelos distintos âmbitos da internet e ao estabelecer relações com outros sujeitos, porque o ciberespaço gera separação do corpo e da experiência, e isto suscita a sensação de que a qualidade específica da realidade deixa de existir em relação ao vínculo com a vida levando essa a ser uma relação com dados.

Os indivíduos interfaceados em mobilidade pelo ciberespaço, encontram-se em um estado em que seus corpos apresentam-se plugados. Segundo Santaella (2017), nessa situação, esses sujeitos possibilitam a admissão e a saída de fluxo de dados entre seus corpos e o ambiente virtual. A manifestação da imersão se sucede quando em certa medida os corpos se encontram plugados. Define-se a imersão por meio da diferença qualitativa induzida na etapa em que o *sensorium* de uma pessoa se encontra envolto. Na proporção em que o ambiente informático apresente a possibilidade de envolver os sentidos dos indivíduos e impossibilitar os estímulos externos mais elevada será a capacidade de imersão do sistema.

O estado em que os sujeitos se encontram plugados em seus equipamentos nos propicia refletir sobre o nexo que a semiosfera da publicidade programática estabelece com o corpo dos sujeitos, uma relação que é sustentada pela retroalimentação de dados, por um lado de parte do corpo que produz dados em sua interação/imersão, e por outro lado pelas mensagens e todas as outras lógicas de operação da publicidade programática. O corpo dos sujeitos é monitorado pelas plataformas de publicidade programática por meios de várias métricas de referência, entre essas, as visualizações de anúncios e os cliques em anúncios.

SEMIÓTICAS A-SIGNIFICANTES

A atuação das semióticas a-significantes acontece de modo direto em relação ao real, não constituindo dessa forma referenciação a outros signos (LAZZARATO, 2014). Os dispositivos computacionais operam impulsionados pelas diferentes linguagens de programação. A ação predominante das máquinas de signos é em relação às semiotizações abstratas.

> A força das semióticas a-significantes reside no fato de que, por um lado, elas são formas de avaliação e mensuração 'automática' e, por outro lado, elas unem e tornam 'formalmente' equivalentes esferas heterogêneas de força e poder assimétricos ao integrá-las e racionalizá-las para a acumulação econômica (Lazzarato, 2014, p. 41).

Quando Guattari e Rolnik (2011) tratam do conceito de máquina, este é diferente da noção existente por parte da mecânica. Os autores entendem que a mecânica é um tanto encerrada em relação a si própria mantendo unicamente relações perfeitamente codificadas com o exterior.

> As máquinas, no sentido lato (isto é, não só as máquinas técnicas, mas também as máquinas teóricas, sociais, estéticas etc.), nunca funcionam isoladamente, mas por agregação ou por agenciamento. Uma máquina técnica, por exemplo, numa fábrica, está em interação com uma máquina social, uma máquina de formação, uma máquina de pesquisa, uma máquina comercial etc. (Guattari; Rolnik, 2011, p. 385).

Conforme Lazzarato (2014) a máquina é parte da natureza humana, já que não existe oposição entre o humano e a máquina na perspectiva que busca ver correspondências. Conforme Lazzarato (2014), o que Guattari propõe é a comunicação entre o humano e a máquina, elucidando dessa forma o modo como os sujeitos *compõem peça com a máquina*.

As semióticas a-significantes possibilitam a comunicação entre as máquinas e os sujeitos, o que se sucede também em relação a outras máquinas, somando-se a isso ainda os fenômenos reais. As pessoas compõem corpo com as máquinas e as semióticas a-significantes no ambiente maquinocêntrico.

Parece-nos adequado compreender que a plataforma do Facebook, enquanto máquina integrada pelo sistema da rede social, e o ambiente de publicidade programática do Facebook, tal máquina se vincula aos sujeitos pelas interações nas redes sociais e fora dela.

SEMIÓTICA DA CULTURA

Para realizar estudos amparados pela semiótica da cultura, entendemos que existem quatro dimensões relevantes a serem observadas, e que abordaremos a seguir: a semiosfera, o texto, a linguagem e os sistemas modelizantes.

Conforme Lotman (1996), a semiosfera vem a ser uma determinada esfera que possui traços peculiares que são conferidos a um espaço encerrado em si próprio. Apenas dentro desse espaço há a possibilidade de se efetivar processo comunicativo e o engendramento de uma nova informação. Desse modo, não uma ou outra parte vem a ser primária, mas o grande sistema estipulado de semiosfera. Os atos semióticos somados singularmente não propiciam um universo semiótico, mas o contrário a isso, é a existência do universo semiótico, que é a semiosfera, é que realmente produz o ato do signo particular.

A noção de semiosfera está relacionada à determinada homogeneidade e individualidade semióticas. Estes conceitos expõem a conjectura do caráter circunscrito da semiosfera no que concerne ao espaço extrassemiótico ou alossemiótico que o circunda. Fronteira é um dos conceitos fundamentais sobre o caráter semioticamente delimitado da semiosfera, levando-se em consideração que o espaço da semiosfera apresenta um caráter abstrato, isso significa que sua fronteira não deve ser considerada através de uma ótica de pensamento concreto.

> *Así como en la matemática se llama frontera a un conjunto de puntos pertenciente simultáneamente al espacio interior y al espacio exterior, la frontera semiótica es la suma de los traductores «filtros» bilingües pasando a través de los cuales um texto se traduce a outro lenguage (o lenguages) que se halla fuera de la semiosfera dada* (Lotman, 1996, p. 12).

Acerca do aspecto fechado da semiosfera, isso diz respeito à questão de que esta não pode estar em contato com textos alossemióticos, ou mesmo com não textos. Isso significa que para que estes sejam realidade para ela, precisa haver a tradução para uma das linguagens do seu campo interno, ou ainda que venham a ser semiotizados os fatos não semióticos.

A fronteira do espaço semiótico é uma posição funcional e estrutural importante, não é uma noção artificial, sendo que esta define a natureza do seu mecanismo semiótico. A fronteira é um mecanismo bilingue, que funciona realizando a tradução das mensagens externas para as linguagens do interior da semiosfera, ocorrendo a mesma coisa de forma inversa. Sendo assim, é unicamente com a assistência da fronteira que a semiosfera realiza os contatos com os âmbitos não semióticos, ou, ainda, alossemióticos. A realidade do espaço extrassemiótico somente se sucede para uma semiosfera na proporção em que é traduzível na sua linguagem (Lotman, 1996).

Compreendemos que existe uma semiosfera da publicidade programática a qual integra a semiosfera digital pensada por Hartley, Ibrus e Ojamaa (2021). Segundo estes autores, a semiosfera tem uma existência de vários séculos e neste tempo se sucedeu a sua transformação e aperfeiçoamento juntamente com as tecnologias de comunicação, tudo isso desde que os seres humanos conquistaram a aptidão da fala. É necessário considerar que a cultura engendra modos cada vez mais abstratos e equipados tecnologicamente para produzir conhecimento e para a interação entre os sujeitos, entre outras coisas. Considerando-se tudo isso, Hartley, Ibrus e Ojamaa (2021) expõem a sua compreensão sobre a existência de uma semiosfera digital e de que esta é parte integrante da era da máquina, pois muitos dos processos de produção de significado são efetivados por inúmeros dispositivos computacionais que formam nexo de modo complexo entre si, e esses equipamentos realizam a produção de vários textos que consumimos em nossa vivência diária.

O foco da semiótica da cultura é o funcionamento semiótico do texto real, por neste estar presente a contradição, porque ali estão associados textos diversamente estruturados, por se manifestar a inconsistência estrutural, soma-se a isso a presença da indefinição de sentido. Em uma única formação textual, todos estes aspectos são entendidos enquanto aspectos funcionais e não casuais de um texto. Para ser definida como texto uma mensagem precisa estar codificada duplamente. Em primeiro lugar está o enunciado em língua natural e

subsequentemente surgiu a conversão deste primeiro em um modo ritualizado, codificado através de uma linguagem secundária, isto é, em um texto. Ao unir tais fórmulas em etapa ulterior tem-se a composição de um texto de segunda ordem (Lotman, 1996).

A linguagem é outro aspecto relevante para a semiótica da cultura. Nessa perspectiva, todo sistema que oportuniza a comunicação entre um transmissor e um destinatário pode ser entendido como linguagem. Essa concepção considera ocasiões em que a interação não se sucede unicamente entre indivíduos, abrangendo também mecanismos de transmissão e recepção. Ao tratarmos de língua, não estamos nos referindo unicamente ao chinês, o espanhol ao português, pois na ótica da semiótica da cultura, a língua também diz respeito aos sistemas engendrados artificialmente pela ciência, os quais se referem a determinados grupos de fenômenos denominados línguas artificiais, também são definidos como metalinguagens das ciências.

Além destas primeiras, existem as linguagens secundárias, que são os sistemas de modelização secundários, estes são estruturas de comunicação que se apresentam sobre o nível linguístico natural, nesse sentido pode-se compreender o papel do mito, da arte e da religião, além de outros. Não se deve entender o secundário unicamente em relação à linguagem, considerando-se a língua natural como material. A condição da língua natural é a de um dos sistemas mais precoces, sendo para a humanidade o mais potente sistema de comunicação.

Da mesma forma que todo sistema semiótico, os sistemas modelizantes secundários, engendram-se sobre o tipo de linguagem, o que não quer dizer que realizem a reprodução de todos os pontos de vista das línguas naturais. Os sistemas modelizantes secundários representam estruturas, no fundamento das quais se apresenta a língua natural. Contudo, posteriormente o sistema obtém uma estrutura adicional, secundária de gênero artístico, ético, ideológico, ou, ainda, de outras espécies (Lotman, 1978).

Os sistemas modelizantes são as manifestações, práticas ou processos culturais dos quais a organização apresenta dependência da transferência de modelos estruturais, semelhantes àqueles sob os quais é engendrada a linguagem natural. Necessitando de uma estrutura, o sistema modelizante de segundo grau procura sua estruturalidade na língua, a qual unicamente nesse sentido pode ser entendida na condição de um sistema modelizante de primeiro grau. Nesse sentido, todos os sistemas semióticos da cultura são modelizantes, considerando-se que todos têm a possibilidade de se relacionar com a língua (Lotman, 1996).

A preocupação com os sistemas modelizantes da cultura surge em função da necessidade de examinar suas linguagens no sentido de valorizar o potencial comunicativo de suas práticas, manifestações ou fenômenos" (Machado, 2003, p.50). Modelizar não é gerar modelos, por sua vez, é sim o estabelecimento de correlações com base em certos traços peculiares. Requer anteriormente a adoção de uma forma de algoritmos em que o resultado revele que o objeto modelizado nunca resultará em uma simples cópia. Modelizar para os semioticistas é produzir sistemas de signos com base no modelo da língua natural. No entanto, cada sistema elabora um modo próprio de linguagem e no processo de descodificação do sistema modelizante não se volta para o modelo da língua, mas sim para o sistema que foi constituído com base nela.

> Assim, [...] a construção de diferentes sistemas semióticos, um sobre o outro, em que o superior modeliza o inferior, torna-se possível porque a semântica de cada um desses sistemas artificiais (por exemplo, das metalinguagens lógicas) pode ser discutida não só através da sua relação com os sistemas superiores, mas também pelo recurso à língua natural que, em última análise, lhes serve de fonte (Machado, 2003, p. 51 *apud* Zalizniák; Ivánov; Topórov, 1979, p. 87).

A possibilidade de compreender as manifestações, as atividades culturais, os produtos, bem como as organizações, segundo todo tipo de linguagem, consequentemente como texto, é a noção básica da modelização.

Machado (2013) destaca que Lotman percebeu que as várias linguagens da cultura pluralizadas com o incremento dos processos e dos meios de comunicação, acabaram avultando o processo modelizante de seus sistemas de textos. Visto que a semiose se efetiva a partir de processos distintos dos que produzem a linguagem verbal humana, sistemas da cultura modelizaram as linguagens artificiais da ciência assim como as linguagens secundárias da cultura, tais como a religião, o mito, dos sistemas, dos meios, da moda. Embora a língua tenha sido conferida a qualidade de sistema modelizante primário, colocando os demais como sistemas modelizantes secundários, isto não se refere a uma hierarquia.

Nesse sentido a língua não se apresenta como um modelo a ser seguido, sendo sim uma possibilidade de engendrar conhecimentos produtores de *modus operandi* que podem atuar como linguagem. Podemos observar a exemplo, que a narrativa pode ser uma abordagem usada tanto por um escritor de literatura quanto por um cientista ao exprimir sua pesquisa, ambos podem produzir narrativas. Mas o modelo verbal da literatura não

apresenta proximidade do modelo dos signos matemáticos ou das fórmulas. Contudo, ambos são sistemas modelizantes da cultura. Sendo assim, a modelização expõe-se enquanto capacidade cognitiva de um princípio heurístico para configurar diferentes semioses no processo da cultura.

OS *AFFORDANCES* DAS PLATAFORMAS DE PUBLICIDADE PROGRAMÁTICA

As a*ffordances* do ambiente, segundo Gibson (1986), são os recursos proporcionados pelo ambiente ao animal. O termo *affordance* foi desenvolvido por Gibson (1986) e neste sentido diz respeito às possibilidades de ação no ambiente. A *affordance* é algo que se refere tanto ao meio ambiente quanto ao animal, implicando complementariedade do animal com o meio ambiente. Uma *affordance* não é uma propriedade objetiva nem subjetiva, uma *affordance* excede a dicotomia, objetivo/subjetivo, sendo igualmente um fato do ambiente e um fato do comportamento (Gibson, 1986). A *affordance* de algo não se transforma conforme mudam as necessidades do observador. Uma *affordance* não é concedida a um objeto pela necessidade de um observador e seu ato de percebê-lo. A percepção de uma *affordance* é um processo de percepção de um objeto ecológico rico em valor (Gibson, 1986).

Um recurso, não é somente um recurso, pois os símbolos e as conotações que estes carregam têm muito valor. O ato de pressionar um botão tem significado, pois isto media e também comunica e ainda tem relação com distintos recursos. As características são atores comunicacionais na acepção de que geram significados e significância, como no caso de elementos visuais engendrados por softwares em interfaces. Bucher e Helmon (2018) expõem que o conceito de *affordance* foi originalmente concebido no âmbito da psicologia ecológica por James J. Gibson, e posteriormente Donald Norman o utilizou em estudos de design.

O conceito de *affordance,* é também usado para a descrição do que os artefatos materiais como as tecnologias de mídia possibilitam que as pessoas realizem.

As noções de Gibson influenciaram diversas áreas, contudo, o conceito de *affordance* foi adaptado de modo mais destacado nos estudos de design e na área da Interação Humano- Computador por meio dos estudos de Donald Norman. Norman definiu as *affordances* como as propriedades percebidas e reais da coisa, principalmente aquelas propriedades fundamentais que determinam exatamente como a coisa poderia ser usada. A

proposição de Norman foi o conceito de *affordance* percebida, propondo que os designers podem e devem indicar como o usuário deve interagir com o dispositivo (Bucher; Helmon, 2018). Norman entende que as *affordances* proporcionam pistas robustas acerca do funcionamento das coisas. Com o uso apropriado das *affordances*, o utilizador sabe o que realizar apenas olhando.

Bucher e Helmon (2018) abordam alguns dos novos direcionamentos, nos quais pesquisadores de mídia e comunicação se propõem a definir e a estabelecer analiticamente o conceito de *affordance*. Bucher e Helmon (2018) propõem métodos para analisar a interface de plataformas, que vão além da análise discursiva da interface. Os autores afirmam que também é importante compreender e analisar como as interfaces das plataformas produzem relações e as tornam visíveis. Nessa perspectiva, vai-se além da superfície de determinada plataforma, para interfaces de diferentes plataformas que realizam a mediação entre si.

Considerar as especificidades das plataformas, demanda que se amplie a noção de sujeitos usuários, em razão de que as plataformas são dirigidas para distintos indivíduos, o que vai além da ideia de um usuário final, pois anunciantes, desenvolvedores e pesquisadores também são usuários das plataformas.

Metodologicamente agora vamos trabalhar com a descrição das utilidades e funcionalidades de parte da plataforma de publicidade do Facebook. Nesse sentido, faremos o mapeamento e a descrição das funções do Gerenciador de Anúncios pela perspectiva das *affordances* e posteriormente realizaremos a análise pela fundamentação teórica e pela Semiótica da Cultura.

DESCRIÇÃO DO GERENCIADOR DE ANÚNCIOS DO FACEBOOK

Uma das primeiras *affordances* proporcionadas pelo Gerenciador de Anúncios se apresenta na aba Campanhas sendo esta o botão ‘Criar’. Ao clicar nele temos acesso a uma área com os seguintes recursos ‘Criar nova campanha’, ‘Novo conjunto de anúncios’ ou ‘Anúncio’ que são as possibilidades de ação iniciais para começar uma campanha. Logo abaixo existe a função ‘Tipo de compra’, onde aparecem as opções: ‘Leilão ou Reserva’. Logo abaixo, em ‘Escolha um objetivo de campanha’, existem as possibilidades de estratégia de campanha: ‘Reconhecimento’, ‘Tráfego’, ‘Engajamento’, ‘Cadastros’, ‘Promoção do app’ e

‘Vendas’. Um pequeno texto explicativo diz que o objetivo de campanha é a meta de negócios que se busca atingir.

No item ‘Quando a impressão será cobrada’, está definido: ‘Impressão’, ou seja, a cada visualização haverá cobrança. No tópico ‘Orçamento e Programação’ são definidas as datas de início e término de veiculação da campanha e o orçamento diário ou total.

No tópico ‘Controles de Público’, são definidas as áreas de veiculação da campanha, em uma simulação definimos Porto Alegre e Região Metropolitana. O público estimado ficou entre 2.500.000 e 2.900.000. No tópico ‘Público Advantage’, existe a informação de que a tecnologia da plataforma encontrará automaticamente o público. Abaixo deste tópico existe a função ‘Públicos personalizados’, na qual pode ser feita a seleção do público por faixa etária, gênero, interesses e comportamentos. Nos ‘Resultados diários estimados’, o ‘Alcance’ fica entre 28.000 e 80.000 e o número de cliques no link do anúncio deve alcançar de 213 a 216 cliques.

Na área de criação o anúncio produzido deve ter nome, título, texto, imagens ou vídeos. No item ‘Destino’ o anúncio pode ter direcionamento para sites, e o outros links. Em ‘Complementos de ligação’, é possível incluir um link como um botão de chamada, tal como Saiba mais, o que conduz para um site de forma que os sujeitos, ao tocarem no anúncio, podem ser direcionados para diferentes formas de contato, tais como: WhatsApp, ligação telefônica, e outros.

Após o início da veiculação, e entrando na área do Gerenciador de Anúncios, denominada ‘Campanhas’, temos acesso às métricas de veiculação das campanhas. Neste local podemos ver os ‘Resultados’, que se referem ao total de indivíduos atingidos, a frequência que é a média de vezes que o anúncio foi visualizado por cada sujeito, apresenta-se a ainda o ‘Custo médio por resultado’, o número de ‘Impressões’, o ‘CPM' que é o custo por mil impressões, o número de ‘Cliques no link’ , o ‘CPC’ que é o ‘Custo por clique’, ‘Todos os Cliques’, o ‘CTR’ que é a ‘Taxa de cliques no link’. Outra métrica presente que é para anúncios com vídeo é a ‘Métrica de duração’, cuja utilidade se apresenta para a medição de quanto tempo de um determinado vídeo as pessoas consumiram.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os recursos e as funções propiciadas pela plataforma de publicidade do Facebook, evidenciam a automatização de forma abrangente do processo de trabalho publicitário,

existindo a concentração de várias das atividades publicitárias comuns de uma agência de propaganda nesta plataforma.

Recursos e funcionalidades do campo do marketing e do planejamento estão presentes na Plataforma de publicidade programática, apresentando-se na possibilidade de definir o uso de estratégias de comunicação predefinidas para serem utilizadas nas campanhas.

O processo de aquisição de mídia também se apresenta profundamente automatizado, não se colocando a necessidade da presença de atendimento de veículo oferecendo espaços e efetivando negociações com as agências. Além disso, os locais de veiculação se apresentam previamente definidos para serem selecionados os que forem do interesse do anunciante. O público em parte é determinado instantaneamente a partir das configurações prévias da campanha, posteriormente outros aspectos como a geolocalização dos possíveis consumidores, a segmentação por aspectos demográficos, interesses e outros podem ser acrescentadas.

Também é possível testar a recepção de anúncios com diferentes características criativas, o que é definido como teste A/B. A cobrança sobre a veiculação se baseia na eficiência dos anúncios, se são vistos ou clicados, sendo a cobrança realizada a partir desses critérios. Os resultados são calculados pela máquina da plataforma em CPM, que é o custo para atingir mil pessoas, ou CTR, que é a taxa de cliques ou custo por clique além de outras métricas.

A esfera da criação propicia instrumentos para elaboração de vídeos, anúncios estáticos e no formato de slides, existem recursos como efeitos para serem adicionados aos anúncios, trilhas sonoras, e outros recursos de design. Além de tudo isso existem recursos para serem adicionados ao anúncio para direcionar o público para sites, aplicativos e outras plataformas.

As ferramentas proporcionadas para a aferição das métricas são um demonstrativo da eficácia das campanhas que evidenciam o nível de contato estabelecido com o corpo, sendo a etapa mais avançada desse processo a conquista subjetiva pelo desejo de aquisição das mercadorias ofertadas. Tais métricas são precisas, medem o tempo de visualização de um anúncio com vídeo, se houve clique no anúncio que levou ao avanço nas etapas do processo de compras, ou seja, se o potencial consumidor foi levado a visitar o site, aplicativo redes sociais ou outros locais de interesse do anunciante.

A plataforma de publicidade do Facebook expõe calculadamente o nível de interação com os sujeitos que visualizam a publicidade. As *affordances* da plataforma de publicidade do Facebook, evidenciam pelas possibilidades de uso oferecidas aos agentes publicitários a maneira como o público consumidor interage com a publicidade.

Compreendemos que a possibilidade de visualização de anúncios, o que é denominado impressão, é algo fundamental na lógica da publicidade contemporânea, sendo algo parametrizado como um indicativo importante da vinculação da publicidade ao corpo. Nesse sentido, a orientação por dados é central, nesta forma de publicidade composta por vários actantes, orientação esta que modeliza o processo publicitário.

O leilão dos espaços publicitários evidência que a publicidade programática vende audiência, ou seja a grande probabilidade de visualização dos anúncios. O que antes era uma possibilidade, agora se transformou na quase certeza da visualização das campanhas.

A linguagem é o sistema que possibilita a interação entre os actantes das lógicas da publicidade programática e os sujeitos, pois a noção de linguagem, leva em conta também a interação entre mecanismos de transmissão e recepção. A noção de língua também abarca aos sistemas engendrados artificialmente.

A semióticas a-significantes ou linguagem artificial, é um sistema de signos que tem como base o modelo da língua natural, e na publicidade programática a linguagem artificial ou semiótica a-significantes modeliza as semióticas significantes. O sistema semiótico da linguagem artificial se sobrepõe à língua natural no processo de operação da publicidade programática.

As conotações e os símbolos que os recursos carregam têm muita importância, pois um botão pressionado produz comunicação com distintos recursos, significantes e a-significantes. A interface da plataforma de publicidade do Facebook e as campanhas, geram interações, para além da própria plataforma do Gerenciador de Anúncios, pois ela mantém interação com distintos actantes mesmo de fora do seu ambiente.

É importante considerar que o a-significante necessita da ação humana para funcionar, seja na programação das plataformas de publicidade ou para a configuração das campanhas, não operando por si próprio, o que mais uma vez demonstra a interação entre o humano e a máquina. O ato de pressionar um botão tem significado, pois isto media e também comunica e ainda tem relação com distintos recursos.

Sobre a semiosfera da publicidade programática, especificamente em relação ao sistema de publicidade do Facebook, consideramos que o Facebook apresenta a semiosfera da rede social, somando-se a essa a semiosfera do ambiente de publicidade do Facebook. Agrega-se a isso a semiosfera constituída pelos códigos de programação. Esses códigos de programação no interior desta semiosfera integram uma semiosfera menor dentro da semiosfera da publicidade, à qual poucos tem acesso no que diz respeito aos códigos de programação e ainda aos processos de tradução. É neste âmbito em que as fronteiras são difíceis de transcender, que se tornam mais evidentes e mais robustas as semióticas a-significantes. No entanto, essas semióticas se dão a ver nas possibilidades e funcionalidades das plataformas de publicidade programática. Na formação geral da publicidade programática, o aspecto significante é fundamental e ajuda a compor o todo desta forma de comunicação, com imagens, textos vídeos e trilhas sonoras.

REFERÊNCIAS

AMAZON ADS. **Métricas e relatórios de publicidade:** Compreenda e melhore o desempenho da sua publicidade com as soluções de medição da Amazon Ads. 2023 a. Disponível em:https://advertising.amazon.com/pt-br/solutions/objectives/advertising-metrics-and-reporting. Acesso em: 17 set. 2023.

AMAZON ADS. **Programmatic advertising**: definition, benefits, examples, and how it works. 2023 b. Disponível em: https://advertising.amazon.com/blog/programmatic-advertising. Acesso em: 27 set. 2023.

BUCHER, T.; HELMOND, A. The affordances of social media platforms. *In*: BURGESS, J.; MARWICK, A.; POELL, T. (org.). **The SAGE handbook of social media**. London: SAGE Publications, 2018. p. 233-253.

BUSCH, O. **Programmatic advertising**: the successful transformation to automated, data-driven marketing in real-time. London: Springer, 2016.

D'ANDRÉA, Carlos. **Pesquisando plataformas**: conceitos e métodos. Salvador: EDUFBA, 2020.

FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. **Novo dicionário da língua portuguesa.** Rio de Janeiro/RJ: Editora Nova Fronteira, 1986.

GUATTARI, F.; ROLNIK, S. **Micropolítica**: cartografias do desejo. Petrópolis: Vozes, 2011.

GOOLE ADS. **Como funciona a publicidade digital em nossas plataformas**. 2020. Disponível em:

https://blog.google/intl/pt-br/novidades/iniciativas/midia-programatica-como-funciona/. Acesso em: 05 set. 2023.

HARTLEY, J.; IBRUS, I.; OJAMAA, M. **On the digital semiosphere**: culture, media and science for the anthropocene. New York: Bloomsbury Publishing, 2021.

Gibson, J.J.. **The ecological approach to visual perception.** Boston: Houghton-Mifflin Company, 1986

LAZZARATO, M. **Signos, máquinas, subjetividades**. São Paulo: N-1 Editora, 2014.

LE BRETON, D. **Adeus ao corpo**. Antropologia e sociedade. Campinas: Papirus, 2021.

LOTMAN, I. M. **La semiosfera I**: semiótica de la cultura y del texto. Navalcarnero, Madrid: Gráficas Rógar, 1996.

AMAZON ADS. **Programmatic advertising**: definition, benefits, examples, and how it works. 2023. Disponível em: https://advertising.amazon.com/blog/programmatic-advertising. Acesso em: 27 set. 2023.

MATTELART, A.; VITALLIS, A. **De Orwell al cibercontrol**. Barcelona: Gedisa, 2015.

MEIO E MENSAGEM. **Mídia programática**: o que é, como funciona e usos. 2022. Disponível em: https://www.meioemensagem.com.br/proxxima/midia-programatica. Acesso em: 22 set. 2023.

OLIVEIRA, B. C. de; SANI, B. **Mídia programática de A a Z**. Maringá: Viseu, 2021.

SANTAELLA, L. **Corpo e comunicação**: sintoma da cultura. São Paulo: Paulus, 2006.

SANTAELLA, L. **Culturas e artes do pós-humano**. Da cultura das mídias à cibercultura. São Paulo: Paulus, 2017.

SILVEIRA, S. A. da. **Tudo sobre todos**: redes digitais, privacidade e venda de dados pessoais. São Paulo: Editora SESC, 2017.

VAN DIJCK, J.; POELL, T.; DE WALL, M. **The Platform Society:** public values in a connective world. Oxford: Oxford University Press, 2018.

O(s) autor(es) é(são) responsável(is) pela fidedignidade dos dados apresentados.

FRAGMENTOS DA IDENTIDADE DIGITAL: UMA ANÁLISE CRÍTICA SOBRE EXPLORAÇÃO DE DADOS PESSOAIS E CRIMES DIGITAIS NAS PRÁTICAS MIDIÁTICAS COTIDIANAS.

André de Nardi Senna Moraes[1]

RESUMO

O estudo investiga a relação entre fluxos da informação controlados por grandes empresas de tecnologia (Big Techs) e a indústria de fraudes de identidade. Parte-se de intersecções na literatura da comunicação sobre identidade digital e teorias midiáticas. Ao realizar uma análise documental de notícias sobre fraudes de identidade digital, o estudo conclui que há urgência em comprometer-se com a integridade de dados pessoais e a privacidade nas plataformas digitais para o pleno exercício do direito à identidade.

Palavras-chave: comunicação; identidade; digital; dados; mídias.

Fragments of digital identity: a critical analysis on personal data exploitation and digital crimes in everyday media practices.

ABSTRACT

This study explores the relationship between flows of information controlled by major tech companies (Big Techs) and the identity fraud industry. Our analysis begin with an overview of digital identity dynamics and theories of contemporary media. Drawing on case studies of news about digital identity fraud, the study concludes an urgent need to commit to data integrity and protect individuals' privacy on digital platforms to preserve the right to have an identity.

Keywords: communication; identity; digital; data; media.

INTRODUÇÃO

Esquecer é humano. Lembrar daquilo que foi esquecido usando a internet, também. O advento das tecnologias de informação da comunicação (TICs), desde seu uso em massa adotado três décadas atrás, digitalizou a memória humana. Seja memória coletiva, como apuração de fatos relevantes à sociedade em portais jornalísticos, seja memória individual, como o registro de uma viagem publicado no Instagram.

Castells (2009) argumenta que, no contexto dessas interações mediadas por redes digitais, vivemos em uma sociedade em rede. Nas palavras do mencionado autor, a estrutura social opera em uma lógica de redes, ou seja, as relações sociais, econômicas e políticas se moldam (e são moldadas) pelas tecnologias digitais e pela interconexão entre pessoas, instituições e máquinas.

[1] Doutorando em Comunicação pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Práticas de Consumo da Escola Superior de Propaganda e Marketing (PPGCOM ESPM), deh.sennamoraes@gmail.com.

Na sociedade em rede (Castells, 2009), como em uma rede de descanso ou de caça, a estrutura se faz a partir de fios, ou nós, interconectados. Sujeitos e instituições são os nós que organizam a sociedade, e formam sua hierarquia a partir do valor. Valor é a capacidade de atores sociais em acessar, processar e distribuir informação. Em uma sociedade capitalista, informação é capital (idem), portanto, valor. É o caso das empresas detentoras das TICs, conhecidas como *Big Techs* (tais como Google, Meta, Apple e Amazon), que geram valor nas suas redes de informação. *Big Techs* controlam o mercado do fluxo de informações e, portanto, a memória digital.

Tal memória digital é protegida por regimentos de privacidade, ou o direito à vida privada, intimidade e honra, assegurado pela Constituição brasileira[2], sendo o direito ao esquecimento uma consequência natural desse regimento. Espera-se que a construção da memória digital garanta o direito de podermos escolher daquilo que queremos lembrar.

Seja no acesso às mídias sociais digitais, seja no acesso ao aplicativo de registro geral digital do governo, o uso das TICs nestes contextos remete à construção da identidade digital. Entendemos a identidade como um conjunto de características (pessoais, culturais, de gênero, etnia e classe) pelas quais indivíduos, grupos e instituições se percebem e se reconhecem sob uma perspectiva relacional, ou seja, modelada e remodelada em relação ao Outro e ao contexto de tempo e espaço em que o sujeito se insere (Hall, 2019). Aponta Castells (2009) que nossa identidade como sujeitos se transforma com o fluxo digital e exponencial da informação.

A identidade digital é o conjunto de informações, características e traços de uma pessoa ou entidade no ambiente digital. De fato, tecnologias de identidade existem para provar que a pessoa titular de uma conta bancária, por exemplo, é realmente quem está acessando o aplicativo dessa conta. Seu propósito é aumentar a segurança dos serviços e a facilidade de acesso. O Brasil é o segundo país de maior oferta em serviços públicos digitais no mundo: a plataforma gov.br conta com 140 milhões de usuários, 80% da população acima de 18 anos[3].

[2] Enunciado 531 da VI Jornada de Direito Civil "A tutela da dignidade da pessoa humana na sociedade da informação inclui o direito ao esquecimento".

[3] Visto em <https://www.gov.br/governodigital/pt-br/noticias/brasil-e-reconhecido-como-segundo-lider-em-governo-digital-no-mundo> Acesso em 12/10/2024.

Falk e colaboradores (2017) argumentam que uma estrutura avançada de governabilidade digital é uma alternativa para incluir classes sociais vulneráveis em atividades econômicas e melhorar o fluxo de informações. Por outro lado, a conveniência associada à identidade digital precede sistemas transparentes e regras claras para proteção dos dados. Sem estes elementos, o fluxo de informações pode ser usado para propósitos ilegítimos, desde fraudes de identidade até perseguição política. Em 2023, o atual presidente do Brasil, Luis Inácio Lula da Silva (PT), foi filiado ao Partido Liberal (PL), de oposição, com dados falsos[4]. A identidade do presidente não é a única suscetível a ataques. No país, pessoas registradas nos sistemas do governo estão com seus dados constantemente expostos, tornando-as vulneráveis a fraudes de identidade.

A fraude de identidade ganha novos contornos com o advento dos modelos generativos de inteligência artificial (IA), uma vez que estas não manipulam apenas nossos dados, mas também nossos corpos e tons de voz. Tudo o que fazemos online, desde um post sobre trabalho no LinkedIn até uma performance constrangedora em um karaokê publicada no TikTok, pode ser coletado e usado para alimentar modelos generativos.

Um exemplo é o da proliferação de *deepfakes*. Conforme descritos por Citron e Chesney (2019), *deepfakes* são um conjunto de inteligências artificiais, como redes neurais convolucionais e modelos generativos, que criam e simulam, realisticamente, rostos, expressões e vozes, estabelecendo ilusões convincentes de que uma pessoa falou ou fez algo sem realmente tê-lo feito. Em campanhas de desinformação e promoção política, o *deepfake* permite que agentes de desinformação criem vídeos falsos de figuras públicas ou não públicas, fazendo-os parecer apoiar ou se opor a determinadas causas.

Ong e Cabañes (2019) concebem uma estrutura de arquitetura da desinformação em rede, sustentada por uma colaboração contínua entre estrategistas de relações públicas, produtores(as) de conteúdo e influenciadores(as) digitais, que utilizam tecnologias como o deepfake para "*attention-hacking*" (p. 5), manipulando a atenção e engajamento das redes sociais de forma coordenada e viral. Esse tipo de conteúdo eleva o grau de verossimilhança das campanhas de desinformação à revelia das *Big Techs*, que promovem *loops* de engajamento para manter usuários na plataforma com conteúdos de desinformação.

[4] Visto em <https://www.metropoles.com/brasil/pf-investiga-filiacao-de-lula-a-partido-de-bolsonaro-com-dados-falsos> Acesso em 06/09/2024.

O direito ao esquecimento, portanto, é gradualmente violado pelas tecnologias de identidade digital e modelos generativos. Para que essas ferramentas funcionem corretamente, precisam de incontáveis quantidade de dados. Tais dados são feitos pelas pessoas, todos os dias, sem que saibam.

Com efeito, o presente artigo analisa as relações entre o fluxo de informações dominado pelas *Big Techs* e as violações do direito ao esquecimento, tendo como base revisões teóricas sobre poder, identidade, cognições e afetos, bem como suas correlações, conforme concebidas por Hall (2019), Regis (2023) e Grusin (2010), acompanhado de breves estudos de caso sobre fraudes de identidade digital. Espera-se, ao final do argumento, fornecer caminhos possíveis para a preservação da memória digital ao fundamentar o princípio da privacidade nas plataformas digitais.

SOBRE IDENTIDADES, COGNIÇÕES E AFETOS

É necessário conceber o que se entende por identidade. Hall (2019) argumenta que as identidades são moldadas por representações culturais e discursos predominantes em uma sociedade. As linguagens, narrativas e significados compartilhados permitem aos sujeitos construírem e negociarem suas noções de si no campo da comunicação, do consumo e da cultura. No argumento do mencionado autor, identidade deriva de uma série de significados que circulam culturalmente e que são disputados, apropriados e transformados no decorrer da prática cotidiana. Tal processo se dá em um cenário onde as forças culturais e as relações de poder determinam quais discursos e representações são privilegiados ou marginalizados, influenciando diretamente o que pode ou não ser expresso como parte da identidade.

Hall (2019) destaca que, no contexto da globalização do sistema capitalista tardio, identidades se desterritorializam, dado sua exposição aos complexos fluxos de informação da sociedade em rede (Castells, 2009). Harvey (1989) implica que a modernidade refere-se mais do que ‘‘um rompimento impiedoso com toda e qualquer condição precedente’’, também ‘‘um processo sem fim de rupturas e fragmentações internas no seu próprio interior’’ (p. 12, tradução nossa). A identidade contemporânea torna-se um processo de celebração da diferença, uma construção contínua onde sujeitos se encontram em constante negociação entre seus próprios entendimentos, representações culturais ao seu redor e as influências externas que moldam sua existência.

Sugere-se a identidade como um processo de formação contínuo e inacabado, um posicionamento cambiante às forças culturais e sociais. Essa perspectiva contrasta com uma visão essencialista da identidade, ao propor que cada indivíduo se compreenda em termos de um "eu narrativo" e se modela em fluidez com a cultura e o discurso (Hall, 2019).

A relação vigente entre sujeitos e máquinas, por sua vez, ajuda a compreender a consolidação das TICs na modelação das identidades. Regis (2023) argumenta que a mentalidade iluminista, particularmente no contexto das revoluções industriais, criou fronteiras entre humanos, animais e máquinas, sendo os primeiros considerados fundamentalmente superiores. A partir do século XIX, modelos matemáticos de distribuição das informações passam a regir a subjetividade humana, que gradualmente se mecaniza com a rápida urbanização e o desenvolvimento da tecnociência. Com efeito, a cognição se confina à mente humana, e "o mundo social passa a ser racionalizado pelas regras do mundo físico. A máquina – símbolo de perfeição, racionalidade e eficiência – torna-se o modelo de regulação da vida social e produtiva" (idem, p. 66).

Doravante, Regis (2023) analisa que a biologia moderna invocou o conceito de vitalismo, ou "uma força ou energia vital intrínseca aos seres vivos que escaparia às leis da física, […] que faz aparecer seres vivos, dispersos e autônomos, sempre ligados a condições concretas de existência" (p. 51). A fronteira entre racionalidade e matéria começa a diminuir, e questiona-se o papel do humano como detentor soberano da racionalidade. Estudos em neurociência no século XX argumentam que o pensamento e a inteligência não dependem da consciência de si; máquinas agora executam tarefas antes exclusivas à inteligência humana, com tomada de decisão e raciocínio lógico-matemático (idem).

Inteligência, portanto, não é meramente dependente de racionalidade, interage com o ambiente junto a diferentes noções de corpo e mente. Complementa Regis (2023): "a finitude do corpo biológico garantia a empiricidade necessária à positividade do saber. Hoje, o corpo é entendido como uma prótese originária, e hibridismos e trocas são promessa de continuidade de vida" (p. 146). Tecnologias diversas tornam-se extensões naturais do corpo humano, e a cognição humana é complementada pela máquina. Redes digitais aprofundam essa fusão, possibilitam uma nova forma de subjetividade e expressões de diferentes identidades digitais (idem).

No tocante à expressão da identidade digital nas redes digitais, a lógica matemática da subjetividade se perpetua nas práticas de remediação e premediação, conforme

concebidas por Grusin (2010). Remediação, nas palavras do mencionado autor, se referem ao conjunto de fenômenos que levam novas mídias a incorporar, transformar e reconfigurar, enfim, afetar mídias anteriores. As TICs remediam mídias como jornais impressos, televisão e rádio em formatos de notícia que convergem entre si.

Ilustremos: o colunista José Roberto de Toledo (2024) noticiou que fatura-se cerca de R$ 190 bilhões por ano com crimes digitais no Brasil[5]. A notícia combina texto como no jornal impresso, (a apuração dos dados levantados) com opinião no formato audiovisual (em que o colunista compara o faturamento ao orçamento policial), como se estivesse num debate televisivo. Crimes digitais são comuns e frequentes no Brasil (idem), o que aumenta o interesse da sociedade em saber mais sobre o caso, aumentando por sua vez o fluxo de notícias e o interesse da sociedade sobre novos casos. Esse ciclo contínuo de remediação, segundo Grusin (2010), afeta a subjetividade com representações simbólicas de medo e vulnerabilidade, fenômeno descrito pelo autor como premediação (idem). Na premediação, as mídias alertam emocionalmente suas audiências para ameaças do futuro, condicionando o público a receber novas crises noticiadas. Trata-se de um fenômeno recente, concebido pelo autor após análises sobre a cobertura do atentado ocorrido em 11 de setembro de 2011 na cidade de Nova York (ibid.), um subterfúgio simbólico para ilustrar realidades de poder na sociedade em rede.

Grusin (2010) argumenta que as TICs engajam sujeitos numa dimensão afetiva, ou seja, buscam influenciar emoções e sensações por meio da interação contínua com os fatos noticiados. A mídia, no contexto contemporâneo, transcende a cognição do maquinário e produz sentimentos influenciadores de como as pessoas se comportam e consomem (Baccega, 1994). A noção de identidade, portanto, é profundamente conectada à rede de informação.

Mídias digitais incorporam funcionalidades capazes de detectar o engajamento emocional do sujeito com seu conteúdo, como expressões faciais, olhar e vozes. Este fenômeno é descrito por Grusin (2010) como um *feedback loop*, um ciclo de tarefas sistêmicas onde as respostas emocionais são registradas, processadas e usadas pra moldar interações subsequentes. Nessa lógica, sentimentos encorajam engajamentos, que impulsionam métricas de mídia.

[5] Visto em <https://noticias.uol.com.br/colunas/jose-roberto-de-toledo/2024/09/04/faturamento-do-crime-digital-e-40-maior-do-que-verba-das-policias-do-pais.htm> Acesso em 12/10/2024.

Em redes sociais como Instagram e TikTok, o *feedback loop* acontece por meio dos sistemas de recomendação algorítmica (Cordova, 2022). Usuários passam tempo crescente na plataforma. Quanto mais tempo passado, maior é a influência no sistema de recomendação, dado que usuários engajados são de maior valor para o negócio (idem). O conteúdo, com efeito, tende a ter métricas maiores de audiência (ou engajamento, considerando curtidas e comentários). Criadores(as) de conteúdo vão analisar suas métricas e replicar conteúdos similares. Usuários se engajam com o conteúdo e passam ainda mais tempo na plataforma.

Cognição e afeto são exploradas ao máximo por *Big Techs*, que buscam maximizar os resultados de seus negócios. O comportamento de usuários nas suas redes deixa para trás fragmentos da identidade digital. Esses fragmentos podem ser referidos como pequenos pedaços de nós mesmos, com dados advindos do *feedback loop* das plataformas, que se espalham e circulam livremente pela internet, sem que as audiências saibam como são usados ou para onde estão indo (Cordova, 2022).

Há uma evidente falta de transparência, delineada por O-Neil (2016) como característica de um sistema opaco, que esconde a operação dos seus modelos algorítmicos, vendida como um ingrediente secreto para manter usuários dentro do *feedback loop* e movimentar dinheiro para anunciantes da plataforma. O funcionamento dos seus modelos é uma caixa-preta, que não pode ser aberta, sob o argumento de proteção de propriedade intelectual (Pasquale, 2015). Seu compromisso não é com a integridade dos fragmentos da identidade digital, mas sim com sua lucratividade.

O plano das *Big Techs* para manter sua hegemonia no fluxo de informações é público: investimento em modelos generativos de inteligência artificial. Modelos generativos geram conteúdo de acordo com um *input* que recebem, levando em consideração mensagens anteriores pra gerar respostas mais relevantes e coerentes. Modelos generativos são treinados pelos usuários das TICs no próprio *feedback loop*. Corpo, mente, máquina, ambiente, cognição e afeto se convergem para impulsionar resultados de negócio.

O advento dos modelos generativos é também um processo de remediação das TICs na web. Se antes a web funcionava como um repositório de informações publicadas (com sites, textos, imagens e vídeos publicados, armazenados e parametrizados), modelos generativos reconfiguram as interações com a informação publicada. Toda a internet se torna uma base de treinamento e treina modelos generativos. Modelos treinados reordenam o

conteúdo, identificam padrões, correlacionam palavras e informações e ressignificam a maneira como a própria internet é usada para obter conhecimento.

Modelos generativos são opacos por natureza, uma vez que evoluíram de outros sistemas opacos para recomendação de conteúdos. A opacidade, por sua vez, é um mercado lucrativo. Uma startup chamada Opaque Systems[6] (é desconhecido se há ironia no nome) desenvolveu um modelo de inteligência artificial para aprimorar fluxos de computação confidencial e levantou U$53 milhões em fundos de investimento. Wiggers (2022) reporta que empresas como Intel, Google e Microsoft fundaram o Consorte da Computação Confidencial, coletivo que estabelece boas práticas de proteção de dados sensíveis. Na prática, o mercado se une para proteger suas caixas-pretas em operações custeáveis exclusivamente para empresas de alto faturamento ou que processam um volume imensurável de dados. O mercado de computação confidencial terá valor de U$56 bilhões até 2025 (idem).

No outro espectro do globo, o Brasil passa por sérias dificuldades em limitar os abusos dos sistemas opacos. Relatórios apontam que o país tem 75% da sua população conectada à internet, e 80% das suas empresas não possuem infraestruturas digitais adequadas para proteger sua cadeia produtiva (Martins et al, 2019). Em segundo lugar, a população está envelhecendo (Rodrigues, 2023). Isso aumenta a curva do desenvolvimento tecnológico ao reduzir o número da força de trabalho acostumada às novas dinâmicas digitais, o que também obriga a população mais velha a se reinventar como pessoas voluntárias, empreendedoras e influenciadoras (Duque, 2022).

Em linhas gerais, nossa racionalidade e afetividade se fundem com máquinas privadas, nossos dados se dispersam ao redor do mundo, e seu destino é informação confidencial de um sistema opaco.

SISTEMAS OPACOS, FERRAMENTAS DE VIOLAÇÃO: ANALISANDO FRAUDES DE IDENTIDADE NO BRASIL

Vimos que reações emocionais a um conteúdo são uma poderosa alavanca para retenção de usuários e crescimento de receita das plataformas digitais. Quando um conteúdo compartilhado fortalece a desconfiança em fontes oficiais e valida perspectivas tendenciosas ou xenofóbicas, cria-se um ciclo de reforço e retroalimentação que torna a

[6] Visto em <https://www.opaque.co/> Acesso em 12/10/2024.

desinformação parte de um sistema dinâmico e autorregulado de produção e consumo de conteúdo.

Dado que os "meios e tecnologias da informação e comunicação se constituiriam em garantias da possibilidade de ser e atuar dos indivíduos" (Cogo e Badet, 2013, p. 36), interpretamos acontecimentos e atribuímos sentido a eles ao conectar experiências pessoais a uma narrativa social de perspectiva ampla. Cabañes e Santiago (2023) apontam que conteúdos de desinformação digital exploram e reforçam certos "imaginários compartilhados", ou seja, crenças, emoções e narrativas coletivas, são elementos de construção da percepção e da experiência.

Ao reconhecer e manipular esses imaginários compartilhados, agentes de desinformação digital criam campanhas persuasivas e emocionalmente envolventes, constroem narrativas que ecoam e amplificam as crenças já presentes no imaginário coletivo.

No Brasil, a estrutura de desinformação, golpes online e fraudes de identidade opera desde a consolidação do espaço digital do país. Tagiaroli (2024) narra como painéis de dados funcionam como a principal ferramenta de fraudes e estelionatos digitais. Sua comercialização data desde a década de 2000, quando DVDs e *pen drives* com dados violados eram vendidos por camelôs ao redor do país. Também eram comercializados na *deep web*, uma camada da internet não visível por mecanismos de busca. Soluções digitais passaram a ser utilizadas em massa a partir de 2015, com o surgimento de sites como o Tudo Sobre Todos, que consolidam os dados vazados em um painel atualizado em tempo real, roubados tanto de órgãos públicos como empresas privadas. Os painéis permitem a golpistas, mediante pagamento por assinatura, acessar uma gama de informações de potenciais vítimas, como CPF, endereço, renda e perfis financeiros, tudo em uma única interface. Golpistas com letramento digital podem cruzar a abundância de informações para fazer abordagens segmentadas e aumentar a eficácia das suas interações. Os sites, hospedados em servidores internacionais, seguem operantes à revelia dos órgãos regulatórios brasileiros (idem).

Tagiaroli (2024) detalha que esses painéis são alimentados por crescentes ondas de vazamentos, intensificada pela digitalização dos serviços públicos e pelo crescimento do sistema financeiro digital no decorrer da pandemia do COVID-19, o que obrigou as pessoas a ficarem em quarentena e aumentou a demanda por serviços digitais remotos. Relatórios apontam que o Brasil responde por 43% dos vazamentos globais (idem). De fato, o mercado

de golpes digitais é lucrativo pelo baixo risco envolvido. Vazamentos e estelionatos, quando "bem executados", podem ser feitos sem rastreamento e sem confronto policial.

O aumento da digitalização do Brasil aumentou vertiginosamente o mercado dos golpes digitais. Tagiaroli (2024) apura com relatórios do Banco Central que mais de 150 milhões de pessoas (87% da população adulta) do Brasil possuem conta corrente em 2023. Em 2018, eram 77 milhões de pessoas. O crescimento exponencial das população bancarizada foi possível graças à promoção do acesso digital, promovido há décadas pelo governo brasileiro. A partir de 2019, houveram três particularidades que ampliaram o acesso da população aos bancos digitais. Em primeiro lugar, o auxílio emergencial do Benefício da Prestação Continuada (BPC), pago pelo governo às famílias de baixa renda durante a pandemia COVID-19, passou a exigir conta corrente, o que fez com que a população marginalizada adotasse em massa o uso de contas digitais[7]. Em segundo lugar, o lançamento do Pix pelo Banco Central, em outubro de 2020, facilitou transferências entre tais contas digitais. Em terceiro lugar, o advento das fintechs brasileiras: mais de 1.400 startups de meios de pagamento digital surgiram a partir de 2018 no país, que receberam mais de R$15 bilhões em investimento de capital privado (Distrito, 2024).

Golpes de pix no WhatsApp e a opacidade no binômio consentimento *versus* exploração (Peres-Neto, 2015), em plataformas Instagram e YouTube, são manifestações da fragilidade das identidades digitais contra golpes. Afinal, o crescimento das soluções de pagamento digital não vieram acompanhadas de sistemas de regulação e governança para conter abusos ou facilitar o letramento no uso de tais aplicações. Há avanços simbólicos, como a aprovação da Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) em 2020, que estimula empresas a construírem produtos com a integridade dos dados em mente. Embora a LGPD estabeleça diretrizes e obrigações para a proteção dos dados pessoais, apenas uma provedora de painel de dados recebeu uma sanção, de R$ 15 mil reais (Tagiaroli 2024). Para efeito de comparação, o lucro com golpes digitais ultrapassa as centenas de bilhões de reais, conforme explorado em notícias anteriores. O potencial de lucro, portanto, supera em milhões de vezes os riscos associados.

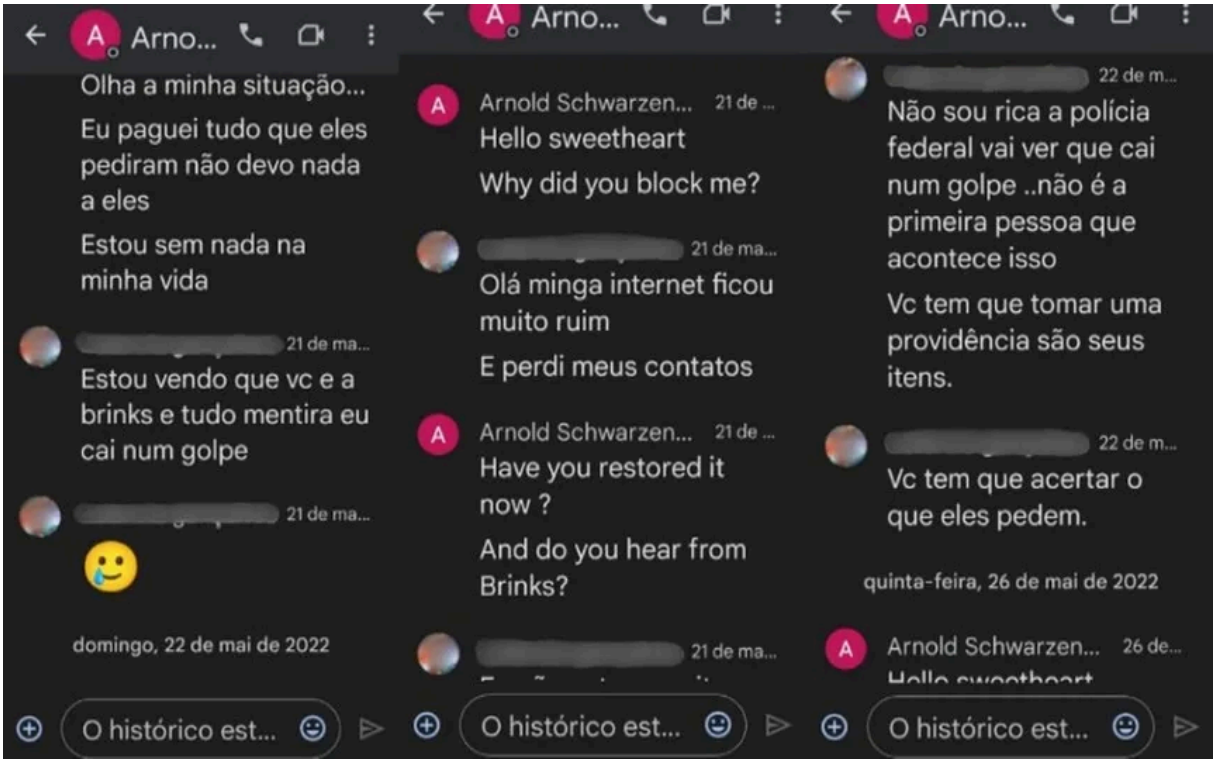
Em 2024, uma pessoa de 74 anos foi vítima de um golpe digital, em que o criminoso adotou uma abordagem sofisticada de engenharia social para ganhar sua confiança e levá-la

[7] Visto em: <https://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2020/12/30/aprovado-pelo-congresso-auxilio-emergencial-deu-dignidade-a-cidadaos-durante-a-pandemia>. Acesso em 12/10/2024.

a transferir mais de R$ 230 mil durante um período de três anos. O golpista, fingindo ser o ator Arnold Schwarzenegger, começou a abordagem com mensagens amigáveis, que incluíam fotos e informações pessoais facilmente encontradas nas redes sociais do ator, como compromissos, interesses e trechos de entrevistas. Utilizando essas referências para criar uma narrativa detalhada e consistente, a rede golpista reforçou veracidade em sua identidade falsa, o que fez a vítima acreditar que realmente estava em contato com a celebridade.

Para convencê-la, o criminoso criou um contexto de necessidade urgente e pessoal, alegando enfrentar dificuldades financeiras momentâneas e que precisava de ajuda, discreta, para resolver sua situação. Utilizou um tom emocional e dramático, sugerindo que não tinha a quem recorrer e que via na idosa como alguém de confiança. Fez promessas de reembolso e retribuição emocional, insinuando um vínculo especial e uma possível amizade. Ao demonstrar empatia e um interesse pessoal, conseguiu manipular a vítima para que ela não duvidasse de sua história e se sentisse compelida à ajuda.

Figura 1 - Trechos da conversa entre golpista e vítima no caso da fraude de identidade do ator Arnold Schwarzenegger



Fonte: G1, 2024. Visto em <https://g1.globo.com/sp/vale-do-paraiba-regiao/noticia/2024/07/03/tudo-mentira-cai-em-um-golpe-diz-idosa-em-troca-de-mensagens-com-golpista-que-se-passou-pelo-ator-arnold-schwarzenegger.ghtml> Acesso em 12/10/2024.

Também em 2024, uma mulher de 79 anos transferiu R$ 4 mil reais para uma rede de golpistas que fingia ser Elon Musk, dono do X, antigo Twitter, uma das expoentes das *Big Techs*. O grupo usou táticas de manipulação emocional e construção de confiança para convencer a idosa de que ela e Musk estavam em um relacionamento amoroso. A fraude veio à tona quando funcionários de um supermercado perceberam o comportamento incomum da mulher, que comprava grandes quantidades de cartões da App Store, o que levantou suspeitas. Questionada, revelou que seu "namorado" solicitara a compra dos cartões, garantindo que a recompensaria com uma quantia muito maior em dinheiro e prometendo uma visita ao Brasil em breve.

Se, por um lado, há um evidente etarismo nos alvos de estelionato digital (Duque, 2022), todas as idades, gêneros e classes sociais estão expostas a golpes de fraude de identidade. Em São Paulo, a Secretaria de Segurança Pública (2022)[8] indicou que 9 de cada 10 sequestros registrados estão relacionados a golpes praticados por meio do *Tinder*, plataforma de encontros, onde golpistas criam perfis falsos para atrair e sequestrar vítimas. A operação consiste em criar perfis sedutores (que podem ser de pessoas reais ou não reais criadas por modelos generativos) para atrair usuários com sinais de abundância financeira (geralmente homens de meia idade que costumam ter fotos em locais luxuosos e viagens internacionais). Após a troca inicial de mensagens, o encontro é marcado em locais afastados. Ao chegar ao local, a vítima é abordada por uma quadrilha armada que, além do sequestro, realiza transações bancárias e outros tipos de extorsão.

Big Techs lucram com a proliferação de perfis falsos ao permitir anúncios e conteúdos que promovem atividades fraudulentas (Lobato, 2023). Na Meta, por exemplo, circulam anúncios que oferecem a venda de perfis falsos para usuários que tiveram contas bloqueadas devido a práticas enganosas, como os do chamado *nicho black*.

O *nicho black* representa um mercado clandestino que comercializa perfis falsos, contas *hackeadas*, serviços para burlar bloqueios de contas e manipulação de algoritmos

[8] Visto em: <https://tab.uol.com.br/videos/2024/03/11/golpe-do-tinder-96-dos-sequestros-em-sao-paulo-acontecem-via-app-de-namoro.htm> Acesso em 12/10/2024.

para inflar engajamento ou visibilidade em redes sociais. Muitas vezes, o *nicho black* burla o sistema de filtragem de anúncios mal intencionados com vocabulário e estética próprios, utilizando termos neutros e linguagem codificada para dificultar a detecção dos sistemas de monitoramento e moderação das plataformas. Com segmentação sofisticada, anúncios oferecem desde perfis com histórico e verificação para manter contas ativas até serviços como "bombas de engajamento" (manipulação de curtidas, visualizações e comentários), para garantir que os produtos ou conteúdos recebam uma legitimidade forjada e atraiam mais vítimas, potenciais compradoras de produtos que não existem.

Figura 2 - Anúncio oferece perfis por R$ 40 e indica link para WhatsApp com a frase “anuncie ainda hoje”



Fonte: Terra, 2023. Visto em <https://www.terra.com.br/noticias/checamos/meta-lucra-com-anuncios-de-venda-de-perfis-falsos-para-golpes-e-propaganda-enganosa,e8d3916b2474be5e7ed447a1abeec80egtkonhhy.html> Acesso em 12/10/2024.

O sistema digital do país, portanto, é arquitetado para a exploração de vazamentos orientadas ao lucro, uma rede de tráfico de fragmentos de identidade que beneficia crime

organizado, *Big Techs* e fintechs à revelia de órgãos regulatórios. É necessário encorajar o acesso à informação sem abrir mão da segurança.

CONCLUSÃO E CAMINHOS POSSÍVEIS

Ao discutirmos identidades e as viradas cognitivo-afetivas nas relações entre humanos e máquinas, entende-se que as tecnologias digitais reconfiguram as fronteiras entre corpo e mente, vida e matéria. A relação com as mídias também transcende a racionalidade e opera no âmbito do afeto, onde o engajamento dos usuários nas plataformas digitais deixa para trás rastros de identidade digital. Tais rastros, apesar de evidentes manifestações de identidade, não são de propriedade dos usuários, o que viola o direito à soberania sobre si mesmo, manipula a memória digital e agrava as desigualdades na sociedade em rede.

Instituições comprometidas com a neutralidade e integridade dos sistemas precisam desenvolver suas plataformas digitais tendo a privacidade como centro do seu design de produtos. Serão necessários mecanismos que ajudem as pessoas a detectar quando e como seus dados estão sendo usados, além de garantir que esses dados sejam devidamente protegidos e categorizados. Para tecnologias de finanças, biometria e governabilidade, por exemplo, um design de produtos orientado à confiabilidade é mandatório. A simplicidade dos seus serviços ajuda uma população vulnerável a participar ativamente na melhoria dos sistemas.

Transformar estes princípios, abstratos, em funcionalidades de produto digital, desafiam infraestruturas de tecnologia ao redor do mundo. Um *feedback loop* orientado à privacidade funcionaria da seguinte forma: práticas de proteção proativas melhoram a qualidade do fluxo de dados. Qualidade do fluxo de dados melhoram a sensação de controle. Melhora na sensação de controle estimula maior fluxo de informações, o que beneficia a rede como um todo. Computação confidencial não deve ser privilégio reservado às grandes empresas. O design de privacidade é, portanto, elemento fundamental na preservação da identidade e da memória digital.

REFERÊNCIAS

BACCEGA, Maria Aparecida. **Gestão de Processos Comunicacionais**. Revista Comunicações Artes, São Paulo, v. 17, n.28, p. 116-119, 1994.

CABAÑES, Jason. SANTIAGO, Fernando A. **Consuming digital information:** How Filipinos Engage with Racist and Historically Distorted Online Political Content. Singapura: ISEAS Publishing, 2023.

CASTELLS, Manuel. **Communication Power.** Oxford: Oxford University Press, 2009.

COGO, Denise; BADET, Maria. **De braços abertos...** A construção midiática da imigração qualificada e do Brasil como país de imigração. In: ARAÚJO, E., FONTES, M. & BENTO, S. (orgs.) Para um debate sobre Mobilidade e Fuga de Cérebros. Braga: Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade, Universidade do Minho, p. 32-57, 2013.

CORDOVA, Yasodara. **Design heuristics:** privacy and portability Regulation as a feature request. In: arXiv preprint arXiv:2209.05384, 2022. Disponível em <https://arxiv.org/abs/2209.05384> Acesso em 12 out. 2024.

CITRON, Danielle. CHESNEY, Robert. **Deep Fakes:** A Looming Challenge for Priv es: A Looming Challenge for Privacy, Democr , Democracy, and National Security. In: California Law Review, v. 107, n. 1753, 2019. Disponível em <https://scholarship.law.bu.edu/faculty_scholarship/640/> Acesso em 12 out. 2024.

DISTRITO. **Fintech Report 2024**. São Paulo: Distrito, 2024. Disponível em <https://materiais.distrito.me/report/fintech-report-2024> Acesso em 12 out. 2024.

DUQUE, Marília. **Ageing with Smartphones in Urban Brazil.** Londres: UCL Press, 2022.

FALK, Svenja; ROMMELE, Andrea; SILVERMAN, Michael. **Digital Government:** Leveraging Innovation to Improve Public Sector Performance and Outcomes for Citizens. Nova York: Springer, 2017.

GRUSIN, Richard. **Premediation:** Affect and Mediality After 9/11. Nova York: Palgrave MacMillan, 2010.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade.** Rio de Janeiro: Lamparina, 2019.

HARVEY, David. **The Condition of Postmodernity:** An Enquiry Into the Origins of Cultural Change. Nova Jersey: Wiley & Sons, 1989.

LOBATO, Gisele. **Meta lucra com anúncios de venda de perfis falsos para golpes e propaganda enganosa.** Terra, São Paulo, 22 de junho de 2023. Disponível em <https://www.terra.com.br/noticias/checamos/meta-lucra-com-anuncios-de-venda-de-perfis-falsos-para-golpes-e-propaganda-enganosa,e8d3916b2474be5e7ed447a1abeec80egtkonhhy.html> Acesso em 12 out. 2024.

MARTINS, Heitor; TRIPOLI, Marcelo; GALVÃO, Leonardo. **O Estado do Marketing Digital no Brasil:** 14 alavancas para atingir a maturidade. McKinsey Digital Readiness, 01 fev. 2019. Disponível em

<https://www.mckinsey.com/br/our-insights/o-estado-do-marketing-digital-no-brasil-14-alavancas-para-atingir-a-maturidade> Acesso em 12 out. 2024.

O'NEIL, Cathy. **Weapons of Math Destruction:** How Big Data Increases Inequality and Threatens Democracy. Nova York: Crown Publishing Group, 2016.

ONG, Jonathan. CABAÑES, Jason. **When Disinformation Studies Meets Production Studies:** Social Identities and Moral Justifications in the Political Trolling Industry. In: International Journal of Communication, v. 13, p. 5771–5790, 2019. Disponível em: <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/11417> Acesso em 12 out. 2024.

PASQUALE, Frank. **The Black Box Society:** The secret algorithms that control money and information. Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press, 2015.

PERES-NETO, Luiz. In: ENCONTRO NACIONAL COMPÓS, 24. 2015, Brasília. **Ética, comunicação e consumo:** apontamentos a partir do estudo da privacidade. (anais eletrônicos). Brasília: COMPÓS, 2015. Disponível em: <https://proceedings.science/compos/compos-2015/trabalhos/etica-comunicacao-e-consumo-apontamentos-a-partir-do-estudo-da-privacidade?lang=pt-br>. Acesso em 12 out. 2024.

REGIS, Fátima. **Nós, Ciborgues:** Tecnologias de Comunicação e Subjetividade Humano-Máquina. Curitiba: PUCPRESS, 2023.

RODRIGUES, Léo. **Em 12 anos, população brasileira com 65 anos ou mais cresceu quase 60%.** Agência Brasil, 27 de outubro de 2023. Disponível em <https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2023-10/em-12-anos-populacao-brasileira-com-65-anos-ou-mais-cresceu-quase-60> Acesso em 12 out. 2024.

TAGIARI, Guilherme. **Painel de dados dá aos golpistas tudo o que precisam.** UOL, São Paulo, 11 de outubro de 2024. Disponível em <https://www.uol.com.br/tilt/noticias/redacao/2024/10/11/dados-a-venda-painel-de-dados-da-aos-golpistas-tudo-de-que-precisam.htm> Acesso em 12 out. 2024.

TOLEDO, José Roberto. **Faturamento do crime digital é 40% maior do que verba das polícias do país.** UOL, 04 de setembro de 2024. Disponível em <https://noticias.uol.com.br/colunas/jose-roberto-de-toledo/2024/09/04/faturamento-do-crime-digital-e-40-maior-do-que-verba-das-policias-do-pais.htm> Acesso em 12 out. 2024.

WIGGERS, Kyle. **Opaque Systems secures cash to keep data private while enabling collaboration.** Tech Crunch, 28 de junho 2022. Disponível em <https://techcrunch.com/2022/06/28/opaque-systems-secures-cash-to-keep-data-private-while-enabling-collaboration/>. Acesso em 12 out. 2024.

O(s) autor(es) é(são) responsável(is) pela fidedignidade dos dados apresentados.

LETRAMENTO EM INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL PARA PÓS-GRADUANDOS[1]

Larissa Bárbara Borges Drumond[2]
Laura Vilela Rodrigues Rezende[3]

RESUMO

O estudo teve como objetivo investigar competências e habilidades em inteligência artificial necessárias para que o estudante de pós-graduação *stricto sensu* utilize-a em sua investigação e depois em sua atuação como docente ou pesquisador. Metodologicamente realizou-se revisão narrativa, na qual identificou-se que existem diferentes níveis de maturidade e de conhecimento para trabalho com inteligência artificial, que requerem que o pós-graduando se guie por pensamento crítico e atitudes éticas.

Palavras-chave: letramento em IA; aprendizado com inteligência artificial; inteligência artificial na educação; inteligência artificial na pesquisa científica.

AI LITERACY FOR GRADUATE STUDENTS

ABSTRACT

The study aimed to investigate the competencies and skills in artificial intelligence necessary for graduate students (stricto sensu) to use it in their research and later in their roles as educators or researchers. Methodologically, a narrative review was conducted, revealing that there are different levels of maturity and knowledge for working with artificial intelligence, which require graduate students to be guided by critical thinking and ethical attitudes.

Keywords: AI literacy; learning with artificial intelligence; artificial intelligence in education; artificial intelligence in scientific research.

INTRODUÇÃO

A pós-graduação *stricto sensu* (mestrado e doutorado acadêmicos) tem por principal finalidade o preparo de professores para atuarem no Ensino Superior e também a formação de pesquisadores (CAPES, 2020). Principalmente a partir de 2022, com o lançamento oficial da inteligência artificial (IA) generativa ChatGPT, aos discentes de Programas de Pós-Graduação das mais diversas áreas do conhecimento foi imposta mais uma necessidade, a de se prepararem para utilizar essa IA e outras em sua atuação profissional e no desenvolvimento de suas pesquisas.

[1] Licença de utilização deste trabalho: CC-BY-SA 3.0 IGO (http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/igo/), pois foram utilizadas obras da Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO), que requer a reutilização de seu material sob a minha licença.
[2] Mestra e Doutoranda em Comunicação, Universidade Federal de Goiás, larissa.barbara@ufg.br.
[3] Doutora em Ciência da Informação, Universidade Federal de Goiás, laura_rezende@ufg.br.

Nesse contexto, esse estudo teve como objetivo investigar competências e habilidades em inteligência artificial necessárias para que o estudante de pós-graduação *stricto sensu* utilize-a em sua investigação e esteja apto para utilizá-las posteriormente em sua atuação profissional, seja como docente ou pesquisador. Portanto, de modo específico pretendeu-se um estudo sobre letramento em inteligência artificial para o contexto educacional e científico.

Para o atendimento do objetivo, utilizou-se metodologicamente da revisão narrativa em diferentes bases de dados, como *Google* acadêmico e Portal de Periódicos da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES).

Espera-se que com os resultados apresentados na última seção do trabalho fiquem claras aos discentes de pós-graduação as competências e as habilidades que precisam desenvolver para lidar com a IA no curto e longo prazos.

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

O presente estudo trata-se de uma revisão narrativa ou tradicional de literatura. Esse tipo de revisão caracteriza-se por fornecer uma perspectiva alargada sobre um tema (Ribeiro, 2014), sem uma necessidade rigorosa de seleção das fontes de informação (Batista; Kumada, 2021).

Desse modo utilizaram-se livros físicos e eletrônicos e buscas no *Google* acadêmico e Portal de Periódicos da CAPES, nas quais se pesquisou os temas da inteligência artificial propriamente dita, letramento em IA, IA no contexto educacional e IA no contexto científico. Não foram realizados filtros de período temporal e nem tipo de material, uma vez que o *Google* acadêmico fornece resultados amplos, incluindo capítulos de livros, especialmente eletrônicos, de interesse do estudo.

A compilação das leituras realizadas, de modo que se atendesse ao objetivo do estudo, estão delineadas nas seções a seguir.

INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL NO CONTEXTO EDUCACIONAL E CIENTÍFICO

Quando se fala em Inteligência Artificial não existe um conceito único que seja aceito e utilizado por todas as áreas do conhecimento, entretanto sabe-se que ela tem suas bases na Ciência da Computação, uma vez que toda IA é construída por meio de uma linguagem de programação, mas por ter como objetivo “criar mecanismos e/ou máquinas tecnológicas que

tenham a competência de realizar atividades humanas como a capacidade de raciocinar, perceber, compreender a linguagem, aprender, ver, ouvir e efetuar atividades das mais diversas" (Silva, 2021, p. 13), ela também utiliza dos pressupostos de áreas como a Psicologia, a Biologia, a Medicina, a Matemática e outras.

Segundo Timpone e Guide (2023) os dois principais ramos de aplicação de inteligência pelas máquinas são: IA analítica (análise preditiva e reconhecimento de imagem e fala) e a IA generativa (pode criar textos, áudios, vídeo etc.).

Exemplos de aplicações de IA analítica são as ações de marketing realizadas pelas redes sociais (como o *Instragram*, *Facebook* e outras), as quais o usuário realiza uma busca sobre um produto ou serviço e a partir daí essas redes adicionam ao *feed* de publicações desse usuário inúmeros anúncios relacionados à busca inicial. Outros exemplos incluem aplicações para fins de segurança, como reconhecimento das imagens de criminosos procurados, com a utilização de câmeras dispostas nos grandes centros urbanos, ou ainda, os aplicativos de localização e trajeto, que comumente utilizamos no cotidiano.

Já sobre IA generativa podemos citar as aplicações com a qual o usuário estabelece diálogo, faz perguntas, pede para serem criadas imagens etc., a exemplo do ChatGPT. É preciso conhecer a base desses sistemas, suas vantagens e limitações para que se tenham condições de escolher utilizá-las, de maneira ética, em suas atividades acadêmicas.

Além disso, é comum lermos sobre as expressões IA geral e IA restrita, Parreira, Lehmann e Oliveira (2021) definem esses conceitos:

> A inteligência artificial restrita está contida numa faixa específica de tarefas e só nestas pode substituir o desempenho humano. São exemplos o *Siri*, o *Google Search* e os atendedores virtuais usados por bancos e outras empresas. A inteligência artificial geral existe quando o sistema tem um processador adequadamente programado, uma 'mente', com entradas e saídas corretas, no sentido em que os humanos têm mentes. É um sistema com capacidade de aplicar inteligência a qualquer problema e não só a uma tarefa ou problema específico.

A seu modo, Barbosa e Portes (2023, p. 19) explicam que "o funcionamento da inteligência artificial se dá quando um sistema, a partir de comandos e símbolos computacionais, começa a aprender e analisar grandes volumes de dados". Além disso, os autores esclarecem que existem dois termos que explicam a capacidade de um sistema em simular o raciocínio humano:

> *Machine Learning*: termo que significa "aprendizado da máquina". É a tecnologia que propicia aos sistemas a capacidade de aprenderem sozinhos e tomarem

> decisões autônomas, seguindo o processamento de dados e identificação de padrões [...].
> *Deep Learning*: parte do *machine learning*, o "aprendizado profundo" diz respeito a uma maior capacidade de aprendizado do sistema, pois utiliza redes neurais complexas. Essas redes seguem a mesma lógica da ligação neurônio-cérebro humano (Barbosa; Portes, 2023, p. 19).

Para entendimento ampliado, Sampaio *et al.* (2024) explicam que as IA's generativas são modelos grandes de linguagem (*large language models*), ou LLM's como são mais conhecidos. Segundo os autores, os LLM's compreendem e geram linguagem natural e "são treinados com vastas quantidades de texto para prever a continuação de sentenças, identificar padrões linguísticos e estruturas, e gerar respostas coerentes e pertinentes" (Sampaio *et al.*, 2024, p. 3). Porém os autores alertam que pelo fato de essas IA's nunca reproduzirem as mesmas respostas, podem falhar.

Ricieri *et al.* (2024) apontam que, em novembro de 2023, a *OpenAI* (criadora do ChatGPT) mais uma vez saiu à frente, implementando um modelo ampliado multimodal (*large multimodal model),* ou LMM. A diferença está no fato de que modelagens LLM permitem somente um tipo de entrada, como texto, e modelagens LMM foram projetadas para receber vários tipos de dados ao mesmo tempo, como texto, imagem, áudio.

Superado o embasamento sobre o funcionamento dos sistemas de IA, partimos para o uso efetivo dessas tecnologias no processo educacional. Nichyshyna *et al.* (2023) apontam a existência de duas dimensões-chave: 1 - institucional e direcionada; e 2 - prático e funcional.

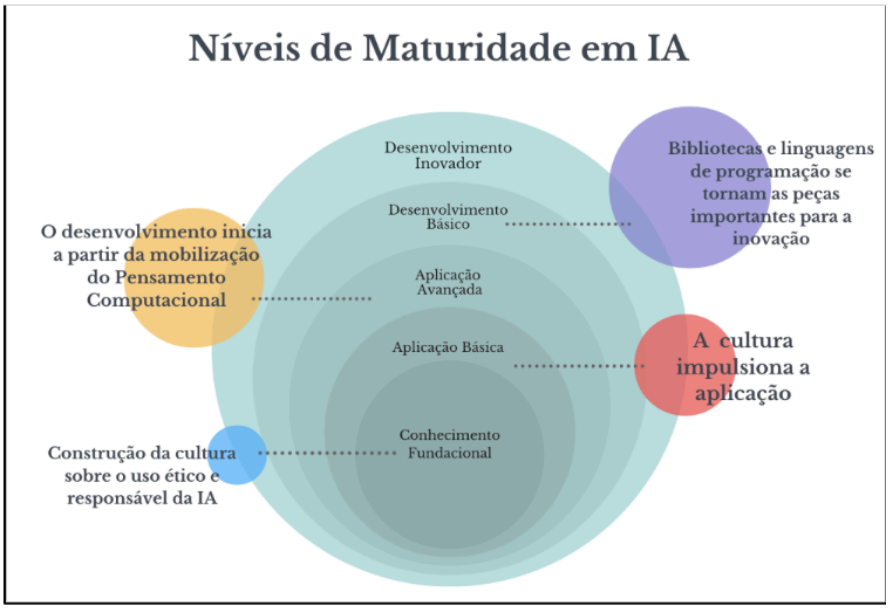
Na dimensão institucional e direcionada estão incluídas as ações promovidas pelas instituições com vistas à capacitação dos docentes para utilizar IA ou outras tecnologias. Além disso, os currículos dos cursos necessitarão ser adaptados para abranger estratégias para lidar com as aplicações de IA, introduzindo o desenvolvimento de habilidades digitais, mas priorizando a criatividade, ou seja, de forma que se reconheça o uso de IA, mas que direcione os discentes a utilizá-las de forma crítica e sem comprometer sua capacidade de criar e inovar.

Nesse sentido, Ricieri *et al.* (2024) identificaram em seu estudo que, especialmente no Ensino Superior, os professores têm se preocupado exageradamente com as questões de plágio advindas com o uso de IA, entretanto precisam considerá-la para "modelos preditivos e adaptativos de aprendizagem, mineração analítica de dados educacionais e análise

automatizada dos conteúdos curriculares, além da função mais visada, que é o papel como tecnologia assistiva no ensino e na aprendizagem" (Ricieri *et al.*, 2024, p. 286).

Tais aplicações culminam na segunda dimensão citada por Nichyshyna *et al.* (2023), que é a perspectiva prática e funcional. Para tanto, outros dois autores a esclarecem ao mencionarem a existência de níveis de maturidade em IA, como podemos ver na Figura 1.

Figura 1 – níveis de maturidade em IA



Fonte: Weber e Flores (2023, p. 6).

Com base no exposto na Figura 1 e nas contribuições dos autores, o conhecimento fundacional é o primeiro e mais simples e se refere à compreensão do docente sobre os conceitos básicos de IA, que podem ser advindas de leituras, participação em cursos ou eventos sobre o tema. Em seguida aparece a aplicação básica, que se refere à utilização de ferramentas de IA para o atendimento de demandas do próprio docente, seja para fins profissionais ou pessoais. Nesse nível de maturidade o docente consegue perceber situações em que uma IA poderia favorecer a execução de uma atividade.

Desse ponto em diante, iniciam os níveis mais elaborados para utilização de IA, na qual a aplicação avançada requer que o docente já tenha se envolvido em ações de análise e aplicação de algoritmos de IA, passando para o nível em que já possui habilidades para personalizar alguma ferramenta (desenvolvimento básico), até chegarmos ao nível de desenvolvimento inovador, em que se participa de projetos de criação de soluções de IA para o atendimento de necessidades específicas.

Não é necessário que se almeje ou se alcance todos esses níveis, pois de acordo com a Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO, 2019) o importante é conhecer ou desenvolver soluções de IA que possam apoiar a aprendizagem, principalmente aquelas que favoreçam habilidades e competências interdisciplinares. Além disso, o mesmo documento frisa que apesar de IA ter o potencial de facilitar algumas demandas educacionais e pedagógicas, os docentes não podem ser substituídos por máquinas e a interação e a colaboração entre professores e estudantes deve permanecer no centro da educação.

De igual modo podemos considerar o uso da IA no desenvolvimento de todas as etapas das pesquisas, como se pode ver na Figura 2.

Figura 2 – Possíveis usos de IA na pesquisa científica



Fonte: UNESCO (2023, p. 10).

A Figura 2 foi elaborada pela UNESCO pensando de maneira específica nos usos do ChatGPT, mas entendemos que outras inteligências artificiais podem ser consideradas para as mesmas finalidades. É essencial que, independente da IA utilizada, ela seja vista como ferramenta e não como protagonista do processo investigativo. Nesse ponto específico situa-se a ética do pesquisador, que é o único responsável pelo produto final de sua pesquisa, como o artigo, dissertação ou tese.

Acerca disso, podemos citar que a revista científica e internacional *Nature* e outras da editora *Springer Nature* estão orientando seus autores sobre dois princípios básicos: 1 – nenhuma IA será aceita como autora de um artigo; 2 – deve ser documentado, nas seções de

métodos ou agradecimentos, todas as IA's que eventualmente tenham sido utilizadas na pesquisa, bem como em que etapa ocorreu o uso (Nature, 2023). É provável que outras revistas ao redor do mundo comecem a estabelecer políticas editoriais sobre o assunto.

Ainda nesse contexto, a UNESCO (2023) lista os principais desafios éticos que envolvem o uso indiscriminado do ChatGPT e que, como mencionamos anteriormente, estendem-se à outras IA's:

a) preocupação com a integridade acadêmica, na qual instituições de Ensino Superior ao redor do mundo têm ligado o alerta sobre o plágio envolvendo essas ferramentas na redação de trabalhos acadêmicos;

b) falta de regulamentação sobre o desenvolvimento e uso de IA's;

c) ainda não estão claros os limites de quais dados pessoais são utilizados para o treinamento das IA's e, além disso, as ferramentas podem ser incapazes de verificar a idade das pessoas que lhes fazem perguntas, o que pode culminar em respostas inadequadas a crianças, por exemplo;

d) IA's não podem validar as informações fornecidas como verdadeiras ou falsas, portanto não podem avaliar sua própria confiabilidade;

e) questões de gênero e diversidade, na qual se reflete na falta de participação feminina nas questões que envolvem IA, como pesquisa e desenvolvimento. Além disso, há enorme preocupação com respostas que podem ser fornecidas por IA e que reforcem discriminações ou estereótipos de gênero;

f) acessibilidade, tanto do ponto de vista de indisponibilidade de algumas IA's em países que as proibiram, mas, sobretudo, por conta das desigualdades sociais que refletem ao acesso às tecnologias, como a própria internet;

g) comercialização, pois mesmo as IA's mantendo versões gratuitas, elas não contemplam as mesmas capacidades das versões pagas.

Alguns dos desafios citados estão relacionados com as organizações que desenvolvem as aplicações de IA, outros, por sua vez, situam-se no escopo dos usuários. O estudo que desenvolvemos volta-se principalmente para esses últimos, entendendo que a IA é uma realidade da qual não podemos nos esquivar, especialmente enquanto pesquisadores.

Desse modo, em consonância com a UNESCO (2021) reconhece-se que necessitamos desenvolver habilidades de pensamento crítico e criativo para usar eticamente IA e outras competências que serão elucidadas na próxima seção.

LETRAMENTO EM INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL

Antes de falarmos propriamente sobre letramento em inteligência artificial, precisamos retomar dois conceitos anteriores, o de letramento informacional e letramento digital.

Segundo Gasque (2010), o letramento informacional constitui os processos de busca de informação para geração de conhecimentos, a serem utilizados na tomada de decisão na resolução de problemas. Ainda segundo a autora, uma pessoa que possui letramento informacional, também, sabe avaliar criticamente as fontes, possui competências para dimensionar as informações necessárias e compreende os aspetos legais, sociais e éticos de uso da informação.

Já Dias e Novais (2009, p. 7) apresentam o letramento digital como as competências de "utilizar diferentes interfaces digitais, buscar e organizar informações em ambiente digital, ler hipertexto digital; e produzir textos (orais ou escritos) para ambientes digitais".

Esses conceitos são importantes porque antes de lidar com IA, os usuários precisam ter superado esses primeiros níveis, o de lidar com os ambientes naturalmente digitais e de olhar criticamente para as informações que lhes são fornecidas por eles.

Desse modo, Machado *et al.* (2023) nos explicam que o letramento em inteligência artificial se refere a um certo nível de compreensão sobre o desenvolvimento, a implementação e o uso de aplicações de IA, sem perder de vista as implicações humanas, seja na cognição, na privacidade ou outras.

Cabe frisar que a UNESCO mantém uma Unidade de Tecnologia e IA na Educação que conduziu um estudo sobre implementação de IA em currículos educacionais de diferentes países. Em seu relatório preliminar contextualizou a discussão sobre o tema apresentando uma série de competências para alfabetização em IA (Quadro 1) e que consideramos serem adequadas ao estudo que desenvolvemos aqui.

Quadro 1 - Estrutura de competências em alfabetização[4] em IA

Competência	Descrição/resultados de aprendizagem
1. Reconhecimento da IA	Distinguir entre artefatos tecnológicos que utilizam e não utilizam IA.
2. Compreensão da inteligência	Analisar e discutir com senso crítico os recursos que tornam uma entidade "inteligente". Discutir as diferenças entre inteligência humana, animal e de máquina.

continua...

...continuação do Quadro 1

[4] Cabe esclarecer que a UNESCO utilizada o termo alfabetização em IA, enquanto nós optamos por letramento em IA, dada a conceituação apresentada no início da seção 4.

3. Interdisciplinaridade	Reconhecer que há muitas maneiras de pensar e desenvolver máquinas “inteligentes”. Identificar uma variedade de tecnologias que utilizam IA, incluindo tecnologia que abrange sistemas cognitivos, robótica e Aprendizagem de Máquina.
4. IA geral vs. restrita	Distinguir entre IA geral e restrita.
5. Pontos fortes e fracos da IA	Identificar os tipos de problemas nos quais a IA se distingue ou não. Determinar quando é apropriado utilizar a IA e quando impulsionar as habilidades humanas.
6. Imaginar a IA do futuro	Imaginar possíveis aplicações futuras de IA e considerar os efeitos de tais aplicações no mundo.
7. Representações	Entender o que é uma representação de conhecimento e descrever alguns exemplos dessas representações.
8. Tomada de decisão	Reconhecer e descrever exemplos de como os computadores raciocinam e tomam decisões.
9. Etapas da Aprendizagem de Máquina	Entender as etapas envolvidas na Aprendizagem de Máquina, bem como as práticas e os desafios que cada etapa envolve.
10. O papel humano na IA	Reconhecer que os seres humanos desempenham um papel importante na programação, na escolha de modelos e no ajuste fino dos sistemas de IA.
11. Alfabetização em dados (*data literacy*)	Entender os conceitos básicos de alfabetização em dados.
12. Aprendizagem a partir dos dados (*learning from data*)	Reconhecer que, em geral os computadores aprendem a partir dos dados (incluindo os próprios dados).
13. Interpretação crítica de dados (*critically interpreting data*)	Entender que os dados requerem interpretação. Descrever como os exemplos de treinamento fornecidos em um conjunto de dados inicial podem afetar os resultados de um algoritmo.
14. Ação e reação	Entender que alguns sistemas de IA possuem a capacidade de agir fisicamente no mundo. Essa ação pode ser direcionada por raciocínio de nível superior (por exemplo, caminhar ao longo de uma trajetória planejada) ou impulsos reativos (por exemplo, pular para trás para evitar um obstáculo percebido).
15. Sensores	Entender o que são sensores e que os computadores percebem o mundo por sensores. Identificar sensores em uma variedade de dispositivos. Reconhecer que diferentes sensores oferecem apoio a diferentes tipos de representação e de raciocínio sobre o mundo.
16. Ética	Identificar e descrever diferentes perspectivas sobre as principais questões éticas em torno da IA: privacidade, emprego, desinformação, singularidade, tomada de decisão, diversidade, viés, transparência e responsabilidade.
17. Programabilidade	Entender que os agentes são programáveis.

Fonte: UNESCO (2022) traduzida de Long; Magerko (2020)[5].

As competências apresentadas no Quadro 1 estariam relacionadas aos níveis de maturidade de conhecimento fundacional e aplicação básica, que vimos anteriormente em Weber e Flores (2023) e que se referem aos conhecimentos basilares sobre o que é uma IA, como ela funciona e o papel humano, tanto no desenvolvimento, quanto no uso de uma inteligência artificial, o que requer pensamento crítico e atitudes éticas. Em nível mais avançado, de desenvolvimento, se requereriam habilidades concernentes ao reconhecimento de algoritmos, programação e manipulação de dados.

[5] Obra em acesso fechado.

Esse último envolve outro conceito, que apesar de não estar no escopo desse estudo, consideramos que contribui para o letramento em IA e entendimento das competências listadas no Quadro 1, o letramento em dados. Para Machado *et al.* (2023) esse letramento aborda as ações que envolvem a coleta, o tratamento, a manipulação, a análise e o uso de dados. Alcançar esse conhecimento contribui para a compreensão de como IA's obtêm dados, os manipulam e as implicações ou danos dessa utilização.

Por sua vez, Selwyn (2023) corrobora com o exposto no Quadro 1 e acrescenta que no contexto do letramento em IA é preciso saber como driblar os sistemas, por exemplo, para evitar a vigilância de dados, saber reagir a decisões ou informações automatizadas ou contra vieses discriminatórios fornecidos pelas IA's e, de maneira mais geral, desenvolver o senso crítico ao utilizá-las.

Por fim, no contexto acadêmico e científico, Trindade e Oliveira (2024) elaboraram uma lista de habilidades informacionais necessárias para uso adequado de IA's generativas (Quadro 2). Consideramos transpor essas habilidades para o nosso estudo, pois ela corrobora um dos nossos argumentos iniciais, o de que o letramento em IA está fortemente associado ao letramento informacional.

Quadro 2 - Etapas e habilidades informacionais necessárias para uso eficiente de tecnologias de IA Generativa em demandas informacionais de natureza acadêmica-científica

ETAPAS	HABILIDADES INFORMACIONAIS	COMENTÁRIO
1. Analisar a necessidade de informação	1.1 Definir o problema; 1.2 Determinar a natureza e a extensão das informações necessárias;	Assim a pessoa será capaz de identificar se a ferramenta é adequada à sua necessidade, se pode utilizá-la, quando pode utilizá-la e como pode usá-la ou rejeitá-la.
2. Analisar a ferramenta	2.1 Explorar a ferramenta; 2.2 Conhecer as funções e o funcionamento da ferramenta; 2.3 Analisar vantagens e desvantagens da ferramenta;	
3. Planejar estratégias de busca (elaborar comando)	3.1 Elaborar comandos eficientes e eficazes; 3.2 Expressar necessidades informacionais/latentes de forma precisa por meio de comandos bem direcionados, estratégicos e assertivos; 3.3 Julgar o processo (eficiência) e o resultado (eficácia), tendo em vista elaborar um novo comando, se necessário; 3.4 Refinar o comando, se necessário, o que requer habilidade para restringir ou ampliar conceitos presentes nele;	Assim a pessoa será capaz de direcionar bem a IA, tendo em vista obter bons resultados, evitar sobrecarga de informações e sanar a sua necessidade. Evidencia-se que o comando influência diretamente a qualidade do conteúdo sintetizado.

ETAPAS	HABILIDADES INFORMACIONAIS	COMENTÁRIO
4. Analisar o conteúdo sintetizado	4.1 Analisar a profundidade, veracidade, coerência e consistência do conteúdo sintetizado; 4.2 Acessar outras fontes de informação (formais, acadêmicas e/ou científica); 4.3 Comparar o conteúdo sintetizado pela ferramenta com o conteúdo disponível em fontes de informação (formais, acadêmicas e/ou científica);	Evidencia-se que, em alguns casos, pode ser necessário que a pessoa tenha um conhecimento prévio e/ou seja especialista no assunto. Essas ações podem minimizar os impactos destes vieses: viés de confirmação, viés de ancoragem e excesso de confiança.
5. Usar o conteúdo sintetizado	5.1 Utilizar o conteúdo sintetizado de forma legal, ética e criativa; 5.2 Utilizar o conteúdo sintetizado observando e respeitando questões de direito autoral e propriedade intelectual; 5.3 Assimilar e apropriar-se do conteúdo sintetizado, ou seja, compreendê-lo, interpretá-lo, incorporá-lo à base de conhecimento, ressignificá-lo e gerar novas informações/conhecimentos com base nele; 5.4 Interpretar, analisar, sintetizar e avaliar o conteúdo sintetizado; 5.5 Identificar e rejeitar dados incoerentes, imprecisos e falaciosos; 5.6 Extrair informações relevantes;	Assim a pessoa será capaz de utilizar o conteúdo adequadamente.

Fonte: Trindade e Oliveira (2024).

Consideramos, em concordância com Ricieri *et al.* (2024), que tanto as competências do Quadro 1, quanto as habilidades do Quadro 2 precisam ser desenvolvidas por meio de formações complementares, como cursos. Esses autores alertam que o uso auto didático de IA não consegue trazer resultados de excelência. Isso porque IA's são completamente disruptivas e requerem que os usuários aprendam, também, as bases das modelagens LLM e LMM, para que saibam como fazer perguntas, ou seja, precisam aprender a redigir os *prompts* de interação com as IA's. Nesse aspecto, pode ser utilizada "uma série de *prompts* intermediários, sistematizados de forma lógica e que melhoram significativamente a habilidade de generalização do LLM" (Ricieri *et al.*, 2024, p. 291).

Além disso, os autores apontam para a necessidade de se trabalhar a dimensão *deep learning* de suas contas nos sistemas de IA. Isto é, mesmo nas versões gratuitas, é preciso se cadastrar, realizar *login* e configurar a IA, em campos específicos, onde podemos "treinar" a IA sobre o nosso perfil, informando que somos docentes ou pesquisadores e o tipo de respostas que esperamos.

No sentido de todas essas questões, Selwyn (2023) levanta a necessidade de reconhecer os danos associados às tecnologias de IA (Quadro 3).

Quadro 3 – Experiências adversas advindas das tecnologias de IA

Dano	Descrição
Danos representacionais	Dizem respeito a como as características sociais e os fenômenos sociais são erroneamente representados em: (i) dados que são inseridos nos sistemas algorítmicos; e (ii) resultados de dados que são produzidos posteriormente. A principal preocupação é como os sistemas baseados em dados podem limitar a representação dos fenômenos sociais, forçando a inserção de informações em categorias restritivas que não comportam todos os contextos e, portanto, perpetuando crenças socialmente construídas e hierarquias injustas no que concerne aos grupos sociais.
Danos alocativos	Referem-se a como os sistemas de IA estão tomando decisões que resultam na distribuição desigual de informações, recursos e/ou oportunidades para diferentes grupos sociais.
Danos à qualidade do serviço	Maneiras pelas quais os sistemas de IA falham sistematicamente em serem executados do mesmo modo (ou segundo os mesmos padrões) para diferentes pessoas, dependendo de suas origens e circunstâncias.
Danos interpessoais	Como as tecnologias de IA estão afetando negativamente as relações sociais. Por exemplo, as escolas que “espionam” alunos enquanto usam laptops em casa, ou autoridades escolares que traçam um perfil algorítmico das atividades online para identificar os alunos “em risco” de não conclusão do curso.

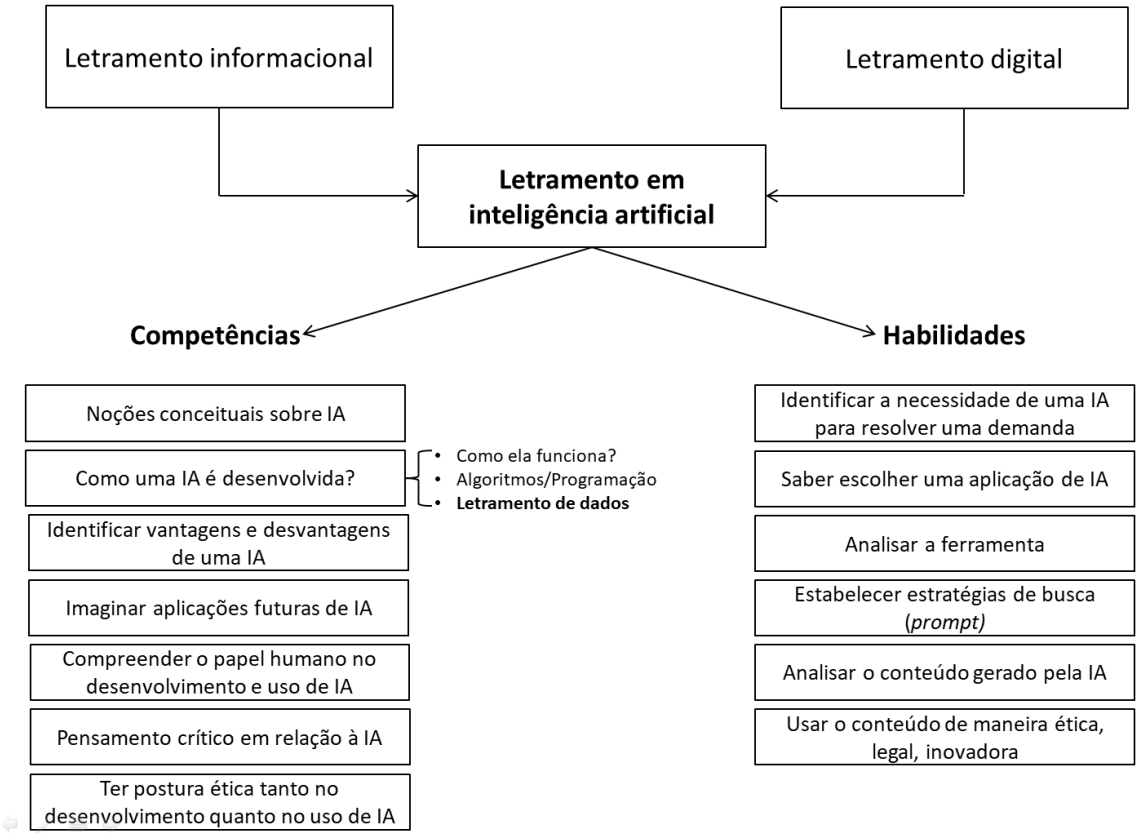
Fonte: adaptado de Selwyn (2023, p. 117-118).

A autora reconhece que as questões listadas no Quadro 3 são complexas e desafiadoras, mas entendemos que são proeminentes para a defesa do letramento em inteligência artificial, sem o qual não teremos condições de acompanhar a demanda contemporânea da IA de maneira ética, sem comprometer nossa criatividade e sem infringir as aspectos legais, de justiça social e dignidade humana.

Ao redigir essa parte final do trabalho surgiu a inquietação: qual a diferença entre competência e habilidade? Mais uma vez recorremos à literatura e apoiados em Gasque (2010) compreendemos e conceituamos competências como um conjunto de conhecimentos teóricos e práticos sobre um tema e que nos permitem refletir sobre situações, tomar decisões, executar tarefas; e as habilidades seriam o saber executar essas tarefas ou ações necessárias, que nos respalde como competentes em um ramo do saber.

Desse modo, com base em todo constructo do estudo que apresentamos até aqui, elaboramos a Figura 3 que responde ao objetivo inicialmente proposto, o de investigar competências e habilidades em inteligência artificial necessárias para que o estudante de pós-graduação *stricto sensu* utilize-a em sua investigação e depois em sua atuação como docente ou pesquisador.

Figura 3 – Letramento em inteligência artificial para pós-graduandos e outras pessoas interessadas



Fonte: elaborada pelas autoras (2024).

De maneira complementar ao apresentado na Figura 3, cabe frisar que a habilidade de analisar o conteúdo gerado pela IA está intrinsecamente ligada ao conhecimento prévio do usuário sobre o assunto que está se buscando resolver por meio da IA. Esse conhecimento prévio favorece olhar para a resposta fornecida pela IA de modo crítico, pois já se conhece as bases teóricas daquele assunto. Além disso, é preciso ter claros os objetivos esperados com o uso de uma IA, para que sejam conduzidos *prompts* mais eficientes.

Ademais, não podemos perder de vista o papel humano no tema da IA, uma vez que são seres humanos que selecionam os modelos, desenvolvem os códigos e os ajustam e, posteriormente, usarão as IA's.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Podemos dizer que as discussões sobre uso de IA com modelagens LLM ou LMM, no contexto educacional, ainda são recentes. Isso é corroborado pelo fato de que grande parte dos artigos encontrados e utilizados no estudo data de 2023 e 2024. No contexto científico

ainda vemos muita preocupação com a questão do plágio ou quais potenciais ferramentas utilizar em cada fase da pesquisa.

O desenvolvimento desse estudo nos permitiu compreender a importância do letramento em inteligência artificial, sobretudo, enquanto discentes de pós-graduação *stricto sensu,* uma vez que necessitamos incorporar competências e habilidades em IA para atuação como pesquisadores e, também, para sermos multiplicadores, no possível exercício da docência.

Por fim, lembramos que a inteligência artificial é disruptiva, quando comparada a outras tecnologias que já utilizávamos até o ano de 2022. Assim, não é possível a assimilação autônoma e efetiva de todas as nuances que envolvem seu uso e desenvolvimento. Defendemos, portanto, a realização de formações complementares, como cursos, para que se compreenda a totalidade do que é uma IA, como são implementadas, treinadas, quais são suas limitações, potencialidades e implicações éticas que podem estar relacionadas à forma como foram programadas, mas também em como serão utilizadas. Somente vencida essa primeira etapa é possível pensar em usos mais avançados, em nível de desenvolvimento (criação de algoritmos).

Apesar de termos nos deparado com a limitação de que grande parte da literatura sobre o tema encontra-se publicada em canais internacionais e não estão em acesso aberto, consideramos que o trabalho contribui para o tema do letramento em IA e pode ser revisitado e aprimorado futuramente.

REFERÊNCIAS

BARBOSA, Lucia Martins; PORTES, Luiza Alves Ferreira. A inteligência artificial. **Revista tecnologia educacional**, Rio de janeiro, n. 236, p. 16-27, jan./mar., 2023.

BATISTA, L. dos S.; KUMADA, K. M. O. Análise metodológica sobre as diferentes configurações da pesquisa bibliográfica. **Revista Brasileira de Iniciação Científica**, [S. l.], v. 8, p. e021029, 2021. Disponível em: https://periodicoscientificos.itp.ifsp.edu.br/index.php/rbic/article/view/113. Acesso em: 08 out. 2024.

CAPES. **Sobre a CAPES.** 2020. Disponível em: https://www.gov.br/capes/pt-br/acesso-a-informacao/perguntas-frequentes/sobre-a-cap#:~:text=%C3%89%20um%20curso%20de%20p%C3%B3s,doutor%20ou%20como%20grau%20terminal. Acesso em: 09 out. 2024.

DIA'S, Marcelo Cafiero; NOVAIS, Ana Elisa. Por uma matriz de letramento digital. *In*: ENCONTRO NACIONAL SOBRE HIPERTEXTO, 3., 2009, Belho Horizonte. **Anais** [...] Belo Horizonte: CEFET-MG, 2009. p. 1 – 19.

GASQUE, Kelley Cristine Gonçalves Dias. Arcabouço conceitual do letramento informacional. **Ciência da Informação**, Brasília-DF, v. 39, n. 3, 2010. Disponível em: https://doi.org/10.1590/S0100-19652010000300007. Acesso em: 30 set. 2024.

MACHADO, Luís Antônio Licks Missel *et al*. Aprendendo algoritmos de inteligência artificial no metaverso. **Redin**, Taquara/RS, v.12, n.2, p.3-18, 2023. Disponível em: https://seer.faccat.br/index.php/redin/article/view/2857. Acesso em: 30 set. 2024.

NATURE. Tools such as ChatGPT threaten transparent science; here are our ground rules for their use. **Nature**, [s.l.], v. 613, n. 7945, p. 612-612, Jan. 2023. (Editorial). Disponível em: https://www.nature.com/articles/d41586-023-00191-1. Acesso em: 13 set. 2024.

PARREIRA, Artur; LEHMANN, Lucia; OLIVEIRA, Mariana. O desafio das tecnologias de inteligência artificial na Educação: percepção e avaliação dos professores. **Ensaio:** Avaliação e Políticas Públicas em Educação, [S.l.], v. 29, n. 113, p. 975-999, out. 2021. Disponível em: https://www.scielo.br/j/ensaio/a/nM9Rk8swvtDvwWNrKCZtjGn/?format=html#. Acesso em: 13 out. 2024.

RIBEIRO, J. L. P. Revisão de investigação e evidência científica. **Psicologia, Saúde & Doenças**, São Paulo, v. 15, n. 3, p. 671-682, 2014. Disponível em: http://www.scielo.mec.pt/pdf/psd/v15n3/v15n3a09.pdf. Acesso em: 08 out. 2024.

RICIERI, D. da V. *et al*. Erros comuns de docentes sem letramento em inteligência artificial: uma revisão integrativa para o Ensino Superior. **Peer Review**, [S. l.], v. 6, n. 7, p. 284–300, 2024. Disponível em: https://peerw.org/index.php/journals/article/view/1986. Acesso em: 12 out. 2024.

SELWYN, Neil. Como se preparar para as realidades da Inteligência Artificial: um desafio central para a educação na década de 2020. *In:* Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR (editor). **Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nas escolas brasileiras** [livro eletrônico]: TIC Educação 2022. *1. ed.* São Paulo: Comitê Gestor da Internet no Brasil, 2023.

SILVA, R. J. **A Inteligência Artificial no contexto da Ciência da Informação:** uma análise de domínio. 95 f. 2021. Dissertação (Mestrado). Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação, Faculdade de Engenharia e Faculdade de Letras, Universidade do Porto, Porto, 2021. Disponível em: https://repositorio-aberto.up.pt/bitstream/10216/135714/2/488235.pdf. Acesso em: 16 abr. 2024.

TIMPONE, Rich. GUIDI, Michel. **Explorando a mudança de cenário da IA:** da IA analítica à IA generativa. Ipsos Knowledge Centre, 2023. Disponível em:

https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/publication/documents/2023-05/PORTUGUESE_20230403-GenerativeAI_POV_v3.pdf. Acesso em 17 abr. 2024.

TRINDADE, Alessandra Stefane Cândido Elias da; OLIVEIRA, Henry Poncio Cruz de. Inteligência artificial (IA) generativa e competência em informação: habilidades informacionais necessárias ao uso de ferramentas de IA generativa em demandas informacionais de natureza acadêmica-científica. **Perspectivas em Ciência da Informação**, Belo Horizonte, v. 29, 2024.

UNESCO. Consenso de Beijing**. Conferência Int. sobre Inteligência Artificial e Educação**, **Planejamento da Educação na Era da IA**. Leadthe Leap, Pequim, 2019. Disponível em: https://unesdoc.UNESCO.org/ark:/48223/pf0000372249. Acesso em: 17 abr. 2024.

UNESCO. **Recomendação sobre a Ética da Inteligência Artificial**. Paris: Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura, 2022. Disponível em: https://unesdoc.UNESCO.org/ark:/48223/pf0000381137_por. Acesso em: 17 abr. 2024.

UNESCO. **Currículos de IA para a educação básica:** um mapeamento de currículos de IA aprovados pelos governos. Paris: Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura, 2022. Disponível em: https://unesdoc.UNESCO.org/ark:/48223/pf0000380602_por. Acesso em: 12 set. 2024.

UNESCO. **ChatGPT e inteligência artificial na educação superior:** guia de início rápido. 2023. Disponível em: https://unesdoc.UNESCO.org/ark:/48223/pf0000385146_por. Acesso em: 10 out. 2024.

WEBBER, C. G.; FLORES, D. Roteiro para a integração da inteligência artificial em experiências de ensino. **#Tear: Revista de Educação, Ciência e Tecnologia**, Canoas, v. 12, n. 2, 2023. DOI: 10.35819/tear.v12.n2.a6861. Disponível em: https://periodicos.ifrs.edu.br/index.php/tear/article/view/6861. Acesso em: 17 abr. 2024.

As autoras são responsáveis pela fidedignidade dos dados apresentados.

PERSPECTIVAS COMUNICACIONAIS DA INVESTIGAÇÃO SOBRE COMUNICAÇÃO CIENTÍFICA: TENSIONAMENTOS TEÓRICO-EPISTEMOLÓGICOS

Larissa Bárbara Borges Drumond[1]
Laura Vilela Rodrigues Rezende[2]

RESUMO

Trata-se de pesquisa bibliográfica em que se analisaram dez teses defendidas em Programas de Pós-Graduação em Comunicação que versaram sobre comunicação científica e estão disponíveis no Catálogo de Teses e Dissertações da CAPES. Identificou-se que nove trazem como recorte a divulgação científica, entretanto, mesmo com a adaptação dos discursos e da linguagem continuam falando para os próprios pares. Concluiu-se que a Ciência Aberta pode aproximar a comunicação científica ao campo da Comunicação.

Palavras-chave: Comunicação científica; Divulgação científica; Ciência Aberta.

COMMUNICATIONAL PERSPECTIVES OF RESEARCH ON SCIENTIFIC COMMUNICATION: THEORETICAL AND EPISTEMOLOGICAL TENSIONS

ABSTRACT

This is a bibliographic research that analyzed ten theses defended in Graduate Programs in Communication, which focused on scientific communication and are available in the CAPES Theses and Dissertations Catalog. It was found that nine of them address the topic of science communication, however, even with the adaptation of discourse and language, they still communicate mainly with their peers. It was concluded that Open Science can bring scientific communication closer to the field of Communication.

Keywords: Scientific communication; Science communication; Open Science.

INTRODUÇÃO

Comunicar os achados científicos é tão importante quanto a própria execução da pesquisa (Meadows, 1999). Para este autor, enquanto a pesquisa não for validada pelos pares, não pode ser legitimada e, para isso, precisa ser comunicada. Estas afirmações iniciais se referem a uma tipologia particular de comunicação da ciência, qual seja a comunicação científica, que, grosso modo, refere-se à disseminação dos resultados das investigações científicas entre os próprios pares, ou seja, aqueles pesquisadores dentro de uma mesma área científica.

[1] Mestra e Doutoranda em Comunicação, Universidade Federal de Goiás, larissa.barbara@ufg.br.
[2] Doutora em Ciência da Informação, Universidade Federal de Goiás, laura_rezende@ufg.br.

Há ainda um tipo de comunicação da ciência voltado para o público não especializado naquela área de origem da pesquisa, a qual se dá o nome de divulgação científica.

Apesar de essas práticas estarem relacionadas a um tipo específico de comunicação, ou seja, da ciência, no Brasil os estudos que a tem como objeto central estão predominantemente concentrados no campo da Ciência da Informação e não da Comunicação (Drumond, 2023). É dessa inquietação inicial que parte a proposta do texto que aqui se apresenta.

Somado a isso, em 2022, a Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (Compós) aprovou a criação do GT Comunicação da Ciência e Políticas Científicas, que começou a funcionar em 2023. Isso demonstra o interesse da área da Comunicação em se aproximar das discussões que perpassam pela interface entre comunicação, ciência e sociedade (Compós).

Desse modo, buscou-se investigar as perspectivas teóricas de comunicação que doutorandos que estudaram sobre comunicação científica em Programas de Pós-Graduação (PPGs) em Comunicação trazem em seus trabalhos. Especificamente indaga-se: quais perspectivas comunicacionais tais pesquisadores apresentam em suas teses?

É uma pesquisa bibliográfica exploratória, de abordagem qualitativa. As teses foram selecionadas no Catálogo de Teses e Dissertações da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES).

Espera-se com esse estudo tensionar aproximações mais consistentes entre a comunicação científica e o campo da Ciência da Comunicação.

REFERENCIAL TEÓRICO

De acordo com Signates (informação verbal)[3] há quatro tendências para o conceito de comunicação: informacional, mediática, ética e interacionista.

A comunicação científica quando estudada pelo viés da Ciência da Informação tradicionalmente prioriza a tendência informacional, sobretudo por essa área ter suas raízes na Teoria Matemática da Comunicação (TMC) de Shannon e Weaver (1975), que é a base para as Teorias de Informação. Na TMC há o sistema mais básico da comunicação: emissor – mensagem – receptor. Para esses autores há ainda de se considerar o canal utilizado nas

[3] Nas aulas ministradas na disciplina Seminário Avançado em Epistemologia da Comunicação no Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGCOM) da Universidade Federal de Goiás (UFG) no semestre 2024/1.

comunicações, para que se minimizem os ruídos na entrega das mensagens. Logo, é uma teoria que dá evidência à transmissão de informação.

Na tendência conceitual mediática os meios de comunicação ganham protagonismo, sobretudo, a partir das novas tecnologias da informação e da comunicação (NTIC). Pode-se citar, nessa perspectiva, McLuhan (1964), para ele os meios de comunicação moldam a percepção e a experiência humana. Este autor é famoso por defender a ideia de que um meio influencia a sociedade mais do que o conteúdo que ele transmite.

Para o conceito de comunicação que se enquadra na categoria "ética" podem-se citar os teóricos Habermas e Marcondes Filho, respectivamente, trabalham com as noções de comunicação consensualista e de promoção de mudança entre os interlocutores. Habermas (1999) teoriza a comunicação utilizando a expressão "ação comunicativa", onde o foco está na razão e no entendimento mútuo, no qual todos podem expor suas ponderações livremente. Para Marcondes Filho (2019, p. 8) a "comunicação é um fato raro, improvável". Isso porque, segundo o autor, para que haja comunicação deve ocorrer produção da diferença, ou transformação do outro com quem se tenta comunicar.

Já a tendência interacional, em Braga (2011), trata dos processos de trocas entre os seres humanos e ações que requerem coparticipação. Ainda para o autor, "as sociedades contemporâneas acionam crescentemente tecnologias midiáticas para acionar e fazer circular suas necessidades e interesses de interação" (Braga, 2011, p. 70).

Sabe-se que existem outros teóricos que defendem um conceito de comunicação que se encaixa em uma ou mais dessas tendências conceituais. Os poucos conceitos que se apresentaram até aqui tiveram como finalidade embasar as reflexões que serão realizadas sobre comunicação científica e que permitirá estabelecer teorizações com a pesquisa empírica, delineada na seção três e discutida na seção quatro.

Assim, inicialmente, para falar sobre comunicação da ciência partimos das reflexões de Sampaio, Menezes e Matta (2019, p. 180-181), para os quais os processos comunicacionais têm vieses interacionistas, dialógicos e plurais, entre especialistas e com o público não especializado.

Nesse sentido, é preciso compreender o conceito de comunicação científica, que é tido como genérico, sendo associado a outros como "difusão científica, divulgação científica, popularização da ciência, disseminação científica" (Caribé, 2015, p. 90). Essa autora pontua que comunicação e disseminação científicas são comumente empregadas para versar sobre a

comunicação entre os pares, dentro de uma mesma área de especialização. Além disso, para ela, difusão, divulgação e popularização da ciência são sinônimos que visam alavancar a percepção pública da ciência. Para o estudo que aqui desenvolvemos serão padronizadas as expressões comunicação científica e divulgação científica a partir da conceituação de Caribé (2015).

Para atendimento do objetivo proposto utilizamos, além das tendências para o conceito de comunicação, traçadas anteriormente, também, a perspectiva de processadores comunicacionais de Braga (2023), segundo os quais para que ocorra a dinâmica comunicacional, na práxis social, há de considerar unidades de variação. Tais processadores comunicacionais, apesar de sua infinidade, conforme o autor, podem ser resumidos em: linguagem, meios, estratégias e contextos.

Assim, definimos a hipótese de que comunicação científica é um tipo específico de comunicação em que esses processadores comunicacionais podem ser claramente observados, sendo que não se pode enquadrá-la em uma tipologia conceitual única e a pesquisa empírica, delineada a seguir, nos auxiliará a corroborar ou refutar essa suposição.

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Trata-se de uma pesquisa de abordagem qualitativa, de natureza básica. Quanto aos procedimentos é bibliográfica e quanto aos objetivos é exploratória.

Após a definição da temática pretendida para o estudo e das fases de uma pesquisa bibliográfica, conforme Lakatos e Marconi (2003), realizaram-se as etapas de identificação, localização, compilação, fichamento, análise e interpretação, as quais se detalhará a seguir.

As etapas de Identificação e Localização foram realizadas no Catálogo de Teses e Dissertações da CAPES[4], no mês de julho de 2024. Foram utilizados como descritores, as terminologias sinônimas, de acordo com Caribé (2015), “comunicação científica” OR “comunicação da ciência”; “difusão científica” OR “difusão da ciência”; “divulgação científica” OR “divulgação da ciência”; “popularização da ciência”; “disseminação científica” OR “disseminação da ciência”.

Foi realizada uma busca ampla em todos os campos (títulos, resumos, palavras-chaves). Além disso, foram aplicados os seguintes filtros: Tipo (Doutorado – Tese), Grande Área do Conhecimento (Ciências Sociais Aplicadas) e Nomes de Programas de

[4] https://catalogodeteses.capes.gov.br/catalogo-teses/#!/

Pós-Graduação (Comunicação; Comunicação Social, Ciências da Comunicação; e Comunicação e Semiótica). Não se restringiu os anos de defesa. Ademais, optou-se por não considerar as produções dos programas Comunicação e Informação, pois se tinha o objetivo de analisar as perspectivas comunicacionais somente do ponto de vista do campo da Comunicação, e não da Informação.

Foram identificadas dezenove teses, entretanto após o download dos arquivos, observou-se que em seis delas a identificação institucional estava com o nome Programa de Comunicação e Informação – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, pelo motivo elencado anteriormente, foram excluídas da amostra.

Partiu-se para a leitura dos títulos, resumos e palavras-chaves das treze teses restantes, com o intuito de identificar se tratavam, de fato, de uma das temáticas especificadas nos descritores. Nesta etapa, outros três trabalhos foram excluídos da amostra.

A partir desta etapa de compilação, seguiu-se com a leitura analítica das dez teses restantes, a fim de identificar as perspectivas comunicacionais adotadas. O detalhamento de tais trabalhos e as análises encaminhadas são apresentados na próxima seção.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Drumond (2023) já havia identificado que os trabalhos que tratam sobre comunicação científica são mais abordados no campo da Ciência da Informação, do que no campo da Comunicação. No estudo da autora foram analisados títulos, resumos e palavras-chave de teses e dissertações defendidas entre os anos de 2013 a 2021, investigando se continham especificamente a terminologia “comunicação científica”.

Na pesquisa que aqui desenvolvemos verificou-se que de 300 dissertações e teses da grande área Ciências Sociais Aplicadas, com os descritores “comunicação científica” OR “comunicação da ciência”, sem nenhum outro filtro ou análise, 224 são pertencentes à área do conhecimento Ciência da Informação (CI) e 24 da Biblioteconomia, que é entendida como uma subárea da CI.

Essa observação se inverte quando se utilizam os descritores “divulgação científica” OR “divulgação da ciência”, obtendo-se 117 dissertações ou teses na grande área Ciências Sociais Aplicadas, das quais 55 encontram-se na área da Comunicação, 29 na área da CI e as demais em outras áreas, como Administração, Museologia entre outras.

Diante dessa inquietação inicial, de que a comunicação científica é mais abordada na Ciência da Informação do que na Comunicação, neste estudo objetivou-se analisar as perspectivas teóricas (de comunicação) trazidas por pesquisadores, em nível de doutorado, vinculados a Programas de Pós-Graduação em Comunicação brasileiros, e que podem contribuir para a ampliação das discussões sobre comunicação científica (e suas variações terminológicas) no campo da Ciência da Comunicação.

Após o delineamento metodológico apresentado na seção anterior, apresentam-se, no Quadro 1, os trabalhos selecionados para esta investigação.

Quadro 1 – Teses que versam sobre comunicação e divulgação científica em PPGs em Comunicação

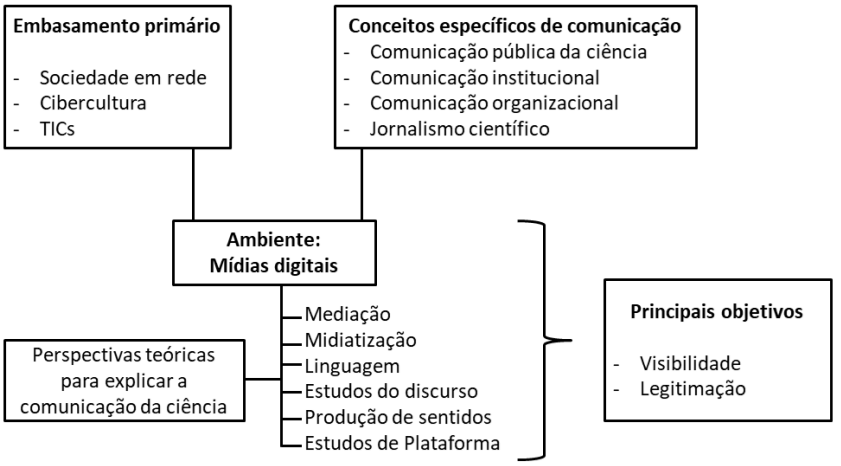
Autor/ ano	Título	Programa	Universidade
Andrade (2017)	A divulgação científica no contexto organizacional para democratização do saber e legitimação das unidades de pesquisa	Comunicação Social	Universidade Metodista de São Paulo
Andrade (2014)	Comunicação científica na sociedade em rede: uma plataforma de ciência aberta para o Brasil Recife	Comunicação	Universidade Federal de Pernambuco
Costa (2019)	Faz todo sentido biológico? mulheres, (homens) e ciências nas textualidades do canal nerdologia	Comunicação Social	Universidade Federal de Minas Gerais
Flores (2016)	Entre o protagonismo e a divulgação científica: as estratégias discursivas de constituição do ethos discursivo do cientista em blogs de ciência brasileiros	Comunicação	Universidade Federal de Pernambuco
Lima (2023)	A comunicação da ciência em tempos pandêmicos: apropriações midiáticas de universidades públicas brasileiras no combate à desinformação	Comunicação	Universidade Paulista
Nakamiti (2014)	A questão do futurismo pós-humano e da vida artificial: comunicação científica e de divulgação nas ciências da complexidade	Comunicação e Semiótica	Pontifícia Universidade Católica de São Paulo
Pires (2023)	Agenciamentos sociotécnicos no Youtube: a comunicação científica do coletivo science vlogs Brasil (Svbr)	Comunicação	Universidade Federal do Paraná
Rosa (2014)	A ciência na cibercultura: o discurso híbrido da divulgação científica na era da comunicação virtual	Comunicação e Semiótica	Pontifícia Universidade Católica de São Paulo
Teixeira (2016)	Comunicação institucional e universidade: diretrizes para a divulgação científica no estado de Mato Grosso	Comunicação Social	Universidade Metodista de São Paulo
Tuma (2022)	Narrativas audiovisuais de cientistas youtubers: intertextualidades entre arte e ciência na divulgação científica	Ciências da Comunicação	Universidade de São Paulo

Fonte: elaborado pelas autoras, a partir do Catálogo de Teses e Dissertações da CAPES (2024).

Assim como já se tinha observado na consulta geral ao Portal de Teses e Dissertações da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES), após a leitura

analítica das dez teses do Quadro 1 corroborou-se que nove delas tratam de divulgação científica e somente Andrade (2014) versa sobre comunicação científica. Na Figura 1 apresenta-se um panorama das reflexões e bases teóricas verificadas nesses trabalhos.

Figura 1 – Discussões teóricas da pesquisa sobre comunicação da ciência



Fonte: elaborada pelas autoras a partir das teses analisadas

Na Figura 1 evidencia-se que todos os trabalhos analisados partem das transformações advindas das tecnologias da informação e comunicação (TICs), aparecendo reflexões sobre a sociedade em rede e a cibercultura. Ainda que os pesquisadores utilizem conceitos específicos para suas discussões, como comunicação pública da ciência, comunicação institucional ou outros, o ambiente utilizado para as análises foi prioritariamente as mídias digitais. De igual modo, cada trabalho apresentou uma perspectiva teórica, mas houve um consenso de que o objetivo para se praticar a divulgação científica é a possibilidade de visibilidade para si (enquanto pesquisador), para suas pesquisas (para potencializar as chances de receber financiamento) e para suas instituições (sobretudo para sua legitimação perante a sociedade). Essas impressões serão detalhadas nas subseções a seguir, onde se poderão encontrar elementos de todas as teses do Quadro 1 analisadas.

MEIOS TÉCNICOS E TECNOLÓGICOS

Como se mencionou, vários pesquisadores apresentaram uma perspectiva de comunicação digital em rede. Para Andrade (2014), as redes digitais apresentam-se como o ambiente de comunicação próprio da comunicação científica atual, na qual se evidencia uma "interface entre comunicação, informática e ciência da informação" (Andrade, 2014, p. 17).

Para a autora, as tecnologias de informação e comunicação (TICs) favoreceram a consolidação, no século XX, do Movimento pelo Acesso Livre ao conhecimento científico e, posteriormente, a incorporação de outras agendas em um Movimento mais amplo e complexo, a Ciência Aberta.

É ao discorrer sobre a Ciência Aberta que Andrade (2014) possibilita uma interlocução mais abrangente com o campo da comunicação, ainda que considerando as redes digitais, como as "novas mídias" (mídias sociais), em detrimento das mídias tradicionais (de massa). Desse modo, para a autora, a comunicação científica em rede foi favorecida pela Ciência Aberta, o que "[...] levou ao crescimento de formas culturais ligadas a era da informação, trabalhando conceitos como colaboração, convergência e participação" (Andrade, 2014, p. 66), num movimento mais dialógico da comunicação da ciência.

De acordo com a autora, para que haja colaboração entre os pesquisadores é necessário que eles se comuniquem. Antes do advento das discussões sobre Ciência Aberta, era mais comum que tais colaborações, ou trocas, ocorressem mais comumente no âmbito dos colégios invisíveis, ou seja, nos diálogos informais entre pesquisadores.

Já na comunicação científica formal, como a realizada pelos periódicos científicos, havia menos possibilidades de interações e trocas, o que favorecia o isolamento do pesquisador e do leitor, que comumente é outro pesquisador também.

Logo, as mídias sociais do século XXI e o crescimento de ações de Ciência Aberta estão paulatinamente modificando esse cenário. Chama à atenção a relação citada pela autora de que para que se estabeleçam diálogos mais sólidos na comunicação científica há de se considerar "meios, motivos, oportunidades e cultura" (Shirky, 2011 *apud* Andrade, 2014, p. 93). Os meios seriam as mídias sociais digitais, as motivações seriam intrínsecas e extrínsecas do pesquisador, oportunidades e cultura dependem do fortalecimento da noção de que trocas e colaborações acadêmicas alinham-se ao progresso da ciência. Oportunidades e culturas, inclusive, podem ser analisadas sob a ótica dos processadores comunicacionais "estratégias e contextos", indicados por Braga (2023).

Assim como Andrade (2014), Lima (2023) apresenta uma perspectiva da comunicação científica a partir das sociedades em rede, ou seja, permeadas pelas transformações sociais advindas do amplo uso de plataformas digitais e dos meios midiáticos. Para o autor,

> A comunicação constitui o espaço público, ou seja, o espaço cognitivo onde as mentes das pessoas recebem informação e formam os seus pontos de vista através

> do processamento de sinais da sociedade no seu conjunto. Os sistemas de comunicação midiáticos criam os relacionamentos entre instituições e organizações da sociedade e as pessoas no seu conjunto, não enquanto indivíduos, mas como receptores coletivos de informação, mesmo quando a informação final é processada pelo indivíduo, de acordo com as suas próprias características pessoais (Lima, 2023, p. 59-60).

Apesar dessa conceituação, o autor critica a noção de comunicação meramente como transmissão de informação. No que concerne à comunicação científica, entende que a percepção pública e positiva da ciência é essencial para o enfrentamento de desafios contemporâneos como o negacionismo, a desinformação ou o fenômeno da pós-verdade.

Nesse contexto, para Lima (2023), importa, em especial, a comunicação da ciência a públicos alargados, ou seja, a divulgação científica, na qual os comunicadores traduzam conhecimentos científicos com linguagem técnica e especializada em conteúdos mais acessíveis e de fácil assimilação.

Rosa (2014) traz uma perspectiva de comunicação da ciência também por meio da divulgação científica realizada em blogs, que, segundo a autora, é um canal exemplar para democratizar o acesso ao conhecimento científico.

A autora constrói sua reflexão a partir da sociedade em rede, da Internet e da web 2.0. No contexto dessas e de outras tecnologias da informação e comunicação, ela concebe que os meios de comunicação medeiam a relação entre as pessoas e seus discursos. Sendo a cibercultura, portanto, “a mesma cultura já existente na sociedade, mas armazenada e compartilhada em um ambiente desterriteriorizado, oferecendo a capacidade de alteração, comunicação e socialização” (Rosa, 2014, p. 55).

Desse modo, com esse embasamento preliminar nos meios técnicos e tecnológicos, nas teses analisadas observou-se uma variedade de perspectivas teóricas para explicar a comunicação e divulgação científica, o que se apresentará a seguir.

PERSPECTIVAS TEÓRICAS

No cenário contemporâneo, as mídias e os dispositivos tecnológicos cada vez mais sofisticados criam “um novo ambiente matriz” (Lima, 2023, p. 62), no qual a sociedade se comunica e interage. Entretanto, sabe-se que a informação está acessível, mas somente ter acesso a elas não é se comunicar. Nesse ponto, o autor cita o conceito de incomunicação, no qual fica evidente a distinção teórica a que se pretendeu o trabalho que aqui desenvolvemos: “A informação é tratada segundo a definição clássica que remete à unidade

e à mensagem. A comunicação, em contrapartida, remete à ideia de relação de compartilhamento, de negociação" (Wolton, 2010, *apud* Lima, 2023, p. 64).

Desse modo, Lima (2023) estabelece como recorte para suas perspectivas comunicacionais, a comunicação realizada pelas universidades, trazendo, então, discussões sobre comunicação pública e comunicação institucional.

No que diz respeito à comunicação pública, o autor, embasando-se na literatura utilizada, concorda que seu objetivo é permitir que os cidadãos ajudem a própria sociedade a se desenvolver, por meio de uma ação coerente e integrada. No que concerne à ciência a ser comunicada, aponta a divulgação científica como possibilidade de comunicação pública. Iniciativas de divulgação científica "tentam esclarecer com argumentos baseados em métodos, experimentos e observações com uso de dados, o que pode ocorrer nas dinâmicas da vida cotidiana" (Lima, 2023, p. 84).

Com isso, o autor sinaliza sua perspectiva predominante de comunicação, aquela entendida "como interação, partilha e que suscita reflexões e não meramente como transmissão de saberes" (Lima, 2023, p. 86).

Ao comunicar ciência por meio de plataformas midiáticas, como as redes sociais, as universidades podem estabelecer "pontes comunicativas" com o público, mas os limites dessa dialogicidade e interacionismo não parecem muito claros, uma vez em que esses espaços parecem permanecer circunscritos aos procedimentos informativos. Ao menos se sabe que contribuem para a representação e legitimação das universidades como produtoras de ciência.

Na tese de Andrade (2017) a comunicação da ciência é tratada pelo viés da divulgação científica no contexto organizacional. Desse modo, parte-se de uma abordagem de comunicação que tem como finalidade a legitimação dos institutos de pesquisa junto ao público, por meio da veiculação do conhecimento científico gerado ou produzido, usando-se, para isso, uma "decodificação do discurso especializado" (Andrade, 2012, p. 35).

Apesar de uma intencionalidade válida, a de aproximar-se do público com uma linguagem mais compreensível, essa noção de comunicação é limitada, pois pressupõe a estrutura reducionista apontada pela própria autora: "produtor, receptor, linguagem, canal e intenção" (Andrade, 2017, p. 39).

Cabe frisar que Andrade (2017) reconhece que a comunicação apenas como troca de informação não é a mais ideal, uma vez que as mídias sociais abriram portas para as

interações entre produtores e receptores. Entretanto, percebemos que as narrativas conduzidas durante todo seu estudo caminham para uma divulgação científica na qual os institutos de pesquisa transmitem unilateralmente os resultados das pesquisas que conduzem com o objetivo de consolidar sua imagem diante do público de interesse.

Daí é que surge a indicação da autora de que ações de divulgação científica sejam incorporadas à política de comunicação das instituições de pesquisa, a fim de que influenciem sua reputação.

Já Costa (2019) apresenta um estudo sobre a divulgação científica realizada por um canal do Youtube. Especificamente, discute sobre questões de gênero imbricadas no referido canal e, de maneira geral, no desenvolvimento da ciência. Da leitura realizada percebe-se que essa temática e, em especial, a forma como as mulheres são retratadas nos vídeos do canal analisado ganham centralidade, em comparação com a busca que se pretendia, qual seja a perspectiva comunicacional ao se comunicar ciência.

Apesar disso, puderam-se evidenciar, pelo menos, dois pontos centrais de nosso maior interesse. Primeiro a predominância dos estudos de divulgação científica e mídia, nos quais o "divulgador" opera como "tradutor", além de meramente informar. Nesse viés a linguagem tem a centralidade.

Outro ponto particularmente interessante situa-se na análise dos discursos presentes nos vídeos do canal do Youtube pesquisado. Costa (2019, p. 202) aponta para "o fato de as textualidades darem a ver como as ciências também podem ser usadas para oprimir determinados grupos, fortalecer outros, hierarquizar e priorizar saberes e perpetuar (in)visibilidades", "[...] o que coloca a divulgação das ciências em um entre-lugar de sentidos" (Costa, 2019, p. 28). Logo, para a autora, o conceito de mídia situa-se nesse lugar de criação, compartilhamento de representações, produção de sentido e de interações.

De maneira semelhante, no trabalho de Flores (2016) se vê uma perspectiva comunicacional a partir dos estudos do discurso, de Foucault, e, também, da Linguística. Para tanto, utiliza como objetos os blogs de ciência. No desenvolvimento da investigação analisou as maneiras que o cientista constrói seu discurso. Para isso, a autora estabeleceu duas categorias: cientista blogueiro divulgador e cientista blogueiro protagonista; bem como subcategorias dos conteúdos postados nos blogs e suas funções.

Acerca da formação discursiva, Flores (2016) aborda o conceito de reflexividade, que, grosso modo, refere-se ao fato de que os discursos são constantemente examinados e

reformulados com base em novos conhecimentos, o que altera substancialmente suas características. Nos blogs estudados a questão da reflexividade situa-se em três modalidades: o falar de si mesmo, o falar da práxis científica e o falar da ciência. Esse último seria a divulgação científica propriamente dita.

Além disso, Flores (2016) frisa em seu estudo o viés do público da divulgação científica, que, assim como destacado por outros autores, é influenciado pela cibercultura e pelas novas mídias sociais digitais. Nesse ponto a autora cita a cultura da convergência e a cultura da participação, respectivamente de Henry Jenkins (2009) e Clay Shirky (2011).

> A cultura da convergência de Jenkins seria uma mudança de paradigma e de relações de produção e consumo de produtos midiáticos. A produção é assumida pelos próprios consumidores, que têm a oportunidade de comentar, criticar e apropriar-se de conteúdos midiáticos, colocando-os em circulação de maneiras variadas e criativas. A cultura participativa de Shirky (2011) também é utilizada para nomear a produção de conteúdo pelo público (Flores, 2016, p. 82).

Apesar dessa possibilidade de participação e interação e do fato de que Flores (2016) sinaliza o interesse dos cientistas em se aproximar do público não especializado, na prática os espaços dos blogs são mais utilizados como disseminação. Isso pode ser justificado por um contexto histórico em que o falar de ciência era algo marcado por lutas simbólicas de poder, entre cientistas e leigos.

Entretanto, sabe-se que na contemporaneidade isso é algo superado, infelizmente de uma maneira negativa, pois o discurso errôneo sobre a liberdade de expressão deu voz a muitas pessoas que, sem nenhum embasamento científico multiplicam informações inverídicas e desinformação.

Também no estudo de Pires (2023) o foco foi dado à divulgação científica realizada por meio do Youtube. Seu embasamento teórico parte dos estudos de plataforma e da Teoria Ator-Rede. Essa última, segundo o autor, como uma premissa e não como um operador.

No que diz respeito aos Estudos de Plataforma se valorizam além dos componentes materiais e tecnológicos, também os aspectos sociais e políticos advindos das plataformas. Tais aspectos políticos foram, também, sinalizados por Braga (2023, p. 9) ao reconhecer que os meios utilizados, ou seja, as plataformas possuem "*affordances* (ofertas, possibilidades), lógicas de circulação, processos organizacionais etc.".

Quanto à Teoria Ator-Rede (TAR), ela precisou ser incluída nas discussões, pois, de acordo com Pires (2023), o Youtube vende a ideia de ser apenas intermediário entre o

produtor de conteúdo e o usuário. “A TAR surge com o objetivo de mostrar como o social se constrói no próprio desenvolvimento das ciências e das técnicas” (Pires, 2023, p. 73).

Nesta perspectiva, o pesquisador, como divulgador científico, é ator e também rede (ator-rede), ou ainda actante. “Ator, no sentido de fazer alianças com novos elementos, mas também é uma rede, capaz de redefinir e transformar seus componentes” (Pires, 2023, p. 74). Diante dessa construção teórica, para o autor, a plataforma Youtube não é intermediária como afirma ser, mas também actante, pois estabelece permissões, negações, direitos e deveres (*affordances)* para a produção dos conteúdos.

Desse modo, a perspectiva comunicacional apresentada por Pires (2023) é aquela em que a produção de conteúdo pelos divulgadores de ciência é afetada pelos agenciamentos sociotécnicos das plataformas digitais. Isso requer atenção constante às métricas, como *analytics,* e outros recursos específicos de cada plataforma.

Rosa (2014), por sua vez, traz um conceito de comunicação, no qual ela “é uma interação cultural e social que ocorre a partir de códigos” (Rosa, 2014, p. 57). Códigos esses que representam a linguagem e os discursos. A linguagem científica na divulgação precisa ser transformada, pois precisa ser compreendida pelo público não especializado, sem, no entanto, transformá-la em simplista. No caso dos blogs é uma linguagem híbrida, composta por diversificados recursos hipermidiáticos, como texto, vídeo, áudio e imagem.

Já quanto aos discursos, a autora identificou que nos blogs predomina o informativo-descritivo, apesar de que ela defende de que esses canais são espaços de comunicação e interação social, o público não costuma interagir muito e normalmente não buscam ativamente por esse tipo de conteúdo.

Por sua vez, Teixeira (2016) conduziu seu estudo sobre divulgação científica tendo como objetos centrais a comunicação institucional, a comunicação organizacional e o jornalismo científico, realizados por universidades públicas do estado do Mato Grosso. A autora defendeu a ideia da necessidade de que essas instituições elaborem uma Política de Comunicação Científica para efetivar ações de divulgação de Ciência e Tecnologia, que sejam mais sólidas, mesmo com as mudanças de gestão das universidades. Além disso, a autora considera que ações desse nível são importantes para a visibilidade científica regional das universidades pesquisadas e sua consequente legitimação perante o público.

Em uma lista de diretrizes para elaboração de uma Política de Comunicação Científica, Teixeira (2016) aponta, entre outros aspectos, a necessidade de se definir os *stakeholders*, ou

seja, tanto as pessoas internas envolvidas na execução do plano, quanto o público que se deseja alcançar com a política. Além disso, seria necessário um processo de auditoria da imagem e diagnóstico da comunicação já realizada pela instituição. A auditoria da imagem refere-se à aferição da percepção que tanto o público alvo de interesse, quanto o público geral tem da instituição.

Desse modo, o ideal seria a produção de conteúdos com uma linguagem diferenciada para cada público, diferente do que Teixeira (2016) observou em seu estudo. No qual produz-se um conteúdo e o mesmo é transposto para diferentes canais, como o site institucionais e seus perfis em redes sociais.

Por último, Tuma (2022) conduziu uma investigação a partir de duas centralidades: a primeira com o interesse em identificar como cientistas, com canais no Youtube, produzem cruzamentos intertextuais entre ciência e arte em suas narrativas audiovisuais. Depois, analisou as percepções dos usuários sobre os conteúdos de ciência veiculados pelos canais investigados.

Para alcançar os objetivos traçados a autora utilizou a teoria da tríplice mimese (Paul Ricoeur, 1994 *apud* Tuma, 2022): prefiguração, configuração e refiguração. No que se refere à prefiguração, indagou-se sobre o contexto em que surgem as narrativas audiovisuais. Na configuração, observou-se a linguagem (elementos visuais, linguagem verbal, linguagem sonora) dos vídeos veiculados e o conteúdo propriamente dito da narrativa. Por último, na refiguração, estudou os comentários dos usuários nos referidos vídeos.

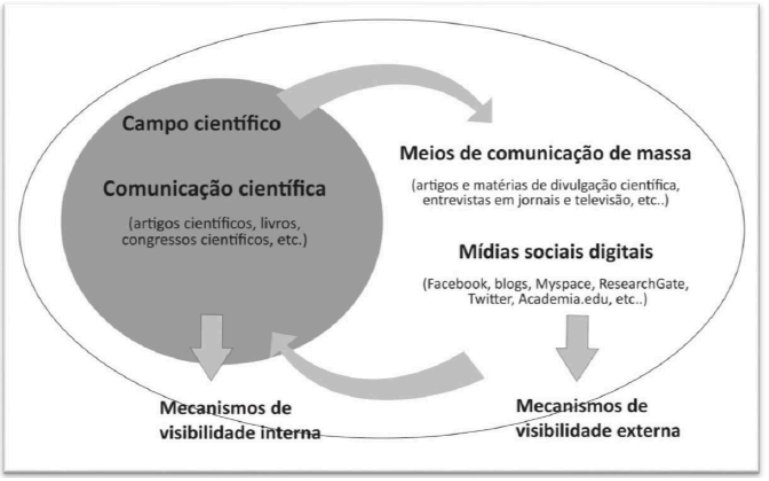
Para Tuma (2022) essas questões impactam profundamente a prática de divulgação científica, pois ela não pode ser apenas informacional, ou seja, transmissão de informação entre o cientista e sua audiência, mas deve permitir que o leitor, em contato com a obra produzida, complete seu sentido. Desse modo, o sentido não está na obra, textual ou outra, mas é construída a partir dela por meio da interação (Tuma, 2022). Como se vê, o estudo de Tuma (2022) compreende a comunicação da ciência como produção de sentidos.

VISIBILIDADE

Como se viu na subseção anterior, o estudo de Flores (2016) se ocupou em investigar os discursos dos cientistas em blogs de ciência, um dos seus resultados aponta para o fato de que houve predominância dos blogs utilizados para dar visibilidade aos pesquisadores, ou seja, utilizados para que se construa uma marca profissional.

A esse respeito a autora pontua a existência de dois tipos de visibilidade: a interna ao campo científico, fruto dos produtos científicos, e a externa ao campo, que remete ao uso das mídias, tanto as de massa, quanto as sociais (Flores, 2016). Essa percepção é particularmente interessante para que se compreenda o que outras teses investigadas também apontaram como visibilidade do cientista. Na Figura 2, a autora determina os mecanismos discursivos dos tipos de visibilidade mencionados.

Figura 2 - Mecanismos discursivos de visibilidade para o cientista



Fonte: Flores (2016, p. 62).

Nakamiti (2014) também apresenta a comunicação da ciência pelo viés da visibilidade, mas diferente de Flores (2016), sua perspectiva é tornar a pesquisa popular, utilizando meios de comunicação de massa e mídias digitais, para se obter financiamentos. Desse modo, para o autor a divulgação científica ocorre predominantemente como relatos jornalísticos. Seu recorte são os avanços advindos na esfera das relações homem-máquina e que impactaram na divulgação das descobertas das ciências da complexidade.

Para Pires (2023), “mercado, ciência e modulação de comportamento estão cada vez mais imbricados” (Pires, 2023, p. 164) e buscam manter a atenção do público pelo maior tempo possível, falando sobre o que as pessoas querem ouvir, o que gera o fruto: visibilidade na rede. Para que isso ocorra, o autor destaca a importância da linguagem, de modo que se crie um vínculo com a audiência, se desperte sentimentos e se utilize uma leve dose de sensacionalismo.

Rosa (2014) também aponta para o fato de que os pesquisadores, na condição de divulgadores, buscam originalidade e visibilidade.

Por fim, como se viu em outras teses, Tuma (2022) identificou que a principal motivação que os cientistas veem para praticarem a divulgação científica é a visibilidade aos seus trabalhos. Do ponto de vista social, os entrevistados do estudo consideram que os vídeos são os melhores meios para transformação do discurso científico em um discurso mais compreensível e atrativo ao público, sobretudo, pela possibilidade de utilização de recursos hipermidiáticos.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O trabalho foi construído com o objetivo de investigar as perspectivas comunicacionais que doutorandos que estudaram sobre comunicação científica em Programas de Pós-Graduação em Comunicação trazem em seus trabalhos. Identificou-se, indo de encontro à Kruger e Signates (2024), que há muita dispersão nas investigações sobre comunicação científica e mais expressivamente sobre divulgação científica.

Retomando as tendências para o conceito de comunicação, identificadas por Signates (informação verbal), no início do trabalho, pode-se afirmar que todas as teses analisadas partem da inclinação mediática, ou seja, dão centralidade aos meios de comunicação. Nesse sentido, os meios e de maneira particular as mídias sociais digitais, como se viu nas teses analisadas, tendem a influenciar os discursos, com vistas a moldar as percepções dos interagentes.

Também chamou atenção nos estudos que os pesquisadores, mesmo quando se propõem à prática da divulgação científica, continuam falando para as mesmas pessoas: os pares. Não se chega de fato ao público não especializado naquela área, que, por sua vez, interage pouco nos conteúdos de ciência comunicados. Assim, mesmo que as plataformas permitam e os divulgadores de ciência tenham intencionalidades interacionistas (Lima, 2023; Rosa, 2014; Andrade, 2017; Flores, 2016; Nakamiti, 2014), na prática predomina a tendência informacional, aquela em que apenas se transmitem informações.

Ainda assim, vislumbramos possibilidades de aproximações da comunicação científica com o campo da Comunicação, e aqui nos referimos à comunicação mesmo, uma vez que claramente os pesquisadores dessa área já têm predileção à divulgação científica. Andrade (2014) nos forneceu pistas dessa aproximação ao falar sobre Ciência Aberta, citando que as TICs e a sociedade em rede ampliaram as possibilidades de colaboração, convergência e participação. Acreditamos que o caminho pode se iniciar favorecendo essa cultura, porque

defendemos uma comunicação dialógica, interacionista, que ocasione a produção de sentidos e significados e que permita que duas pessoas entrem em consenso ou que promovam mudanças ao outro.

Olhando de longe, pode parecer que isso é muito disperso, que abarca conceitos de comunicação imbuídos nas quatro tendências conceituais verificadas por Signates (informação verbal). Olhando de perto, vemos Ciência Aberta.

Portanto, do ponto de vista comunicacional ensaiamos um conceito de comunicação científica, pelo viés da Ciência Aberta: aquela que incentiva diálogos, interações, mudanças entre os autores desde a fase de produção das pesquisas. Nesse ponto podemos citar as múltiplas possibilidades de ciência cidadã, ou ainda, o incentivo a realização de estudos com pesquisadores de diferentes localidades.

Na fase de envio para publicação, existe a possibilidade de colaborações entre pesquisadores, antes da revisão por pares (com o depósito de uma versão preliminar do manuscrito científico em repositórios *preprints*, por exemplo), há também a chance de diálogo entre avaliadores e autores (uma das possibilidades da revisão por pares aberta).

Do ponto de vista da divulgação científica, a Ciência Aberta estimula que os próprios pesquisadores e os periódicos científicos compartilhem os resultados dos estudos em blogs e redes sociais, o que possibilita o diálogo com o público não especializado. Como se viu nas análises, não basta uma transformação na linguagem, é preciso atrair esse público para esses espaços. Retornamos à ciência cidadã e acrescentamos a alfabetização científica. Entendemos que é necessário que as pessoas sejam letradas cientificamente, para que a ciência faça naturalmente parte de seus interesses desde a tenra idade, de forma que a comunicação da ciência seja efetiva, passível de trocas reais e simbólicas, e não apenas transmissão de informação.

Diante do exposto, infere-se que a comunicação científica, pelo viés da Ciência Aberta, é aquela que considera a colaboração, o diálogo e a transparência desde a fase de realização da pesquisa, perpassa por sua validação semiformal por outros pesquisadores e formal pelos canais tradicionais e culmina na disseminação de seus resultados a todo tipo de público, permitindo trocas reais, popularização e legitimação da ciência.

Vislumbramos que em um futuro breve esse conceito se efetive, admitindo ainda que serão necessárias muitas construções, reconstruções, sempre abertas ao diálogo.

REFERÊNCIAS

ANDRADE, Viviane Toraci Alonso de. **Comunicação científica na sociedade em rede:** uma plataforma de ciência aberta para o Brasil Recife. 2014. 227 f. Tese (Doutorado em Comunicação) - Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2014.

ANDRADE, Giuliana Capistrano Cunha Mendes de. **A divulgação científica no contexto organizacional para democratização do saber e legitimação das unidades de pesquisa**. 2017. 299 f. Tese (Doutorado em Comunicação Social) - Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo, 2017.

BRAGA. José Luiz. O desafio da interação humana e os processadores comunicacionais. **Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação**, v. 26, jan./dez. 2023, p. 1–17. Disponível em: https://www.e-compos.org.br/e-compos/article/view/2784/2117. Acesso em: 26 ago. 2024.

BRAGA. José Luiz. Constituição do Campo da Comunicação. **Verso e Reverso**, v. 25, n. 58, p.62-77, jan./abr. 2011. Disponível em: https://revistas.unisinos.br/index.php/versoereverso/article/view/924/147. Acesso em: 26 ago. 2024.

BUENO, Wilson Costa. Comunicação cientifica e divulgação científica: aproximações e rupturas conceituais. **Informação & Informação**, Londrina, v. 15, n. esp., p. 1-12, 2010. Disponível em: http://www.uel.br/revistas/uel/index.php/informacao/article/view/6585/6761. Acesso em: 10 ago. 2024.

CARIBÉ, Rita de Cássia do Vale. Comunicação Científica: reflexões sobre o conceito. **Informação & Sociedade-Estudos**, [S. l.], v. 25, n. 3, p. 89–104, 2015. Disponível em: https://periodicos.ufpb.br/ojs2/index.php/ies/article/view/23109. Acesso em: 6 ago. 2024.

COMPÓS. **Comunicação da Ciência e Políticas Científicas.** Disponível em: https://compos.org.br/gt/comunicacao-da-ciencia-e-politicas-cientificas/. Acesso em 04 set. 2024.

CORREA, Mauricio de Vargas. **Credibilidade na produção e na avaliação de conteúdos de divulgação científica no Youtube**. 2022. 272 f. Tese (Doutorado em Comunicação) - Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2022.

COSTA, Veronica Soares da. **Faz todo sentido biológico?** Mulheres, (homens) e ciências nas textualidades do canal Nerdologia. 2019. 247 f. Tese (Doutorado em Comunicação Social) - Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2019.

DRUMOND, Larissa Bárbara Borges. **Caminhos para consolidação da Ciência Aberta no âmbito dos periódicos científicos brasileiros:** uma proposta de abertura de dados por meio do repositório da Universidade Federal de Goiás. 2023. 125 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Universidade Federal de Goiás, Goiânia, 2023.

FLORES, Natalia Martins. **Entre o protagonismo e a divulgação científica:** as estratégias discursivas de constituição do ethos discursivo do cientista em blogs de ciência brasileiros. 2016. 286 f. Tese (Doutorado em Comunicação) - Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2016.

HABERMAS, Jürgen. **Teoría de la acción comunicativa, I:** racionalidad de la acción y racionalización social. Tradução de Grupo Santillana de Ediciones. Buenos Aires, Argentina/ Col. Del Valle, México/ Bogotá, Colômbia: Taurus Editora, 1999.

KREBS, Luciana Monteiro. **Recommendations in Academic Social Media:** the shaping of scholarly communication through algorithmic mediation. 2022. 146 f. Tese (Doutorado em Comunicação) - Universidade Federal do Rio Grande Do Sul, Porto Alegre, 2022.

KRUGER, Luiz Eduardo; SIGNATES, Luiz Antônio. Reflexões epistemológicas acerca da dispersão e exogenia em estudos de comunicação. *In:* CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO CENTRO-OESTE. 24., 2024, Goiânia. **Anais.** Goiânia: Universidade Federal de Goiás, 2024. Disponível em: https://sistemas.intercom.org.br/pdf/submissao/regional/15/2130/04252024202828662ae71c26b50.pdf. Acesso em: 01 set. 2024.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de Metodologia Científica**. São Paulo, SP: Atlas 2003.

LIMA, Pedro Augusto Farnese de. **A comunicação da ciência em tempos pandêmicos:** apropriações midiáticas de universidades públicas brasileiras no combate à desinformação. 2023. 160 f. Tese (Doutorado em Comunicação) - Universidade Paulista (UNIP), São Paulo, 2023.

MARCONDES FILHO, Ciro. **Das coisas que nos fazem pensar, que nos forçam a pensar**: o debate sobre a nova teoria da comunicação. 2. ed. São Paulo: ECA/USP, 2019. Disponível em: https://repositorio.usp.br/directbitstream/6aec1654-77cc-406b-80de-1ede1b4c6c33/002948591.pdf. Acesso em: 26 set. 2024.

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. Tradução de Décio Pignatari. São Paulo: Editora Cultrix, 1964.

MEADOWS, A. J. A. **Comunicação científica**. Brasília: Briquet de Lemos, 1999.

NAKAMITI, Eduardo Kiochi. **A questão do futurismo pós-humano e da vida artificial:** comunicação científica e de divulgação nas ciências da complexidade. 2014. 146 f. Tese (Doutorado em Comunicação e Semiótica) - Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2014.

PIRES, Guilherme de Paula. **Agenciamentos sociotécnicos no Youtube:** a comunicação científica do coletivo Science Vlogs Brasil (SVBr). 2023. 237 f. Tese (Doutorado em Comunicação) - Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2023.

ROSA, Caroline Petian Pimenta Bono. **A ciência na cibercultura:** o discurso híbrido da divulgação científica na era da comunicação virtual. 2014. 191 f. Tese (Doutorado em Comunicação e Semiótica) - Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2014.

TEIXEIRA, Danielle Tavares. **Comunicação institucional e universidade:** diretrizes para a divulgação científica no estado de Mato Grosso. 2016. 263 f. Tese (Doutorado em Comunicação Social) - Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo, 2016.

TUMA, Ana Beatriz Camargo. **Narrativas audiovisuais de cientistas youtubers:** intertextualidades entre arte e ciência na divulgação científica. 2022. 331 f. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) - Universidade de São Paulo, São Paulo, 2022.

SAMPAIO, Tiago Santos. MENEZES, Ana Maria Ferreira. MATTA, Alfredo Eurico Rodrigues. Dimensão política da Comunicação Científica: perspectivas teórico-epistemológicas. **Cadernos de Ciências Sociais Aplicadas**, Vitória da Conquista/BA, v. 16, n. 28, p. 179-197, jul./dez., 2019. Disponível em: https://doi.org/10.22481/ccsa.v16i28.5853. Acesso em: 11 jul. 2024.

SHANNON, Claude Elwool; WEAVER, Warren. **Teoria Matemática da Comunicação**. Tradução de Orlando Agueda. São Paulo/Rio de Janeiro: Difel, 1975.

SIGNATES, Luiz Antônio. **Aula ministrada no dia 02 jul. 2024**, durante a disciplina Seminário Avançado em Epistemologia da Comunicação para os discentes de doutorado do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Goiás.

As autoras são responsáveis pela fidedignidade dos dados apresentados.

O ENSINO "IA" APRENDIZAGEM: FERRAMENTAS DE INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL COMO ESTRATÉGIAS DE ENSINO-APRENDIZAGEM

Vitória Karina Rodrigues Pereira[1]
Juliana Petermann[2]

RESUMO

Visamos um sobrevoo sobre o ensino de publicidade e a inteligência artificial. Adotamos a pesquisa bibliográfica para reflexão sobre como o uso de ferramentas de inteligência artificial podem ser utilizadas enquanto estratégias de ensino-aprendizagem. As ferramentas de IA enquanto estratégias para uso docente e estudantil são interessantes, no entanto, o uso delas deve ser cauteloso e a aplicação para conteúdos e materiais em sala de aula deve levar em conta o pensamento crítico de ambos.

Palavras-chave: Ensino de publicidade; Inteligência artificial; Estratégias de ensino; Sala de aula.

"AI" LEARNING TEACHING: ARTIFICIAL INTELLIGENCE TOOLS AS TEACHING-LEARNING STRATEGIES

ABSTRACT

We aim to provide an overview of the teaching of advertising and artificial intelligence. We adopted bibliographic research to reflect on how the use of artificial intelligence tools can be used as teaching-learning strategies. AI tools as strategies for teaching and student use are interesting, however, their use must be cautious and their application to classroom content and materials must take into account the critical thinking of both.

Keywords: Advertising education; Artificial Intelligence; Teaching Strategies; Classroom.

CONTEXTO DA PESQUISA

Diariamente nossas rotinas de trabalho e de lazer são atravessadas por diversas ferramentas, plataformas e aplicativos digitais. Utilizamos esses componentes digitais em diversos aparatos tecnológicos, a todo instante, desde atuar em determinados serviços, na resolução de tarefas e no desenvolvimento de atividades até para passar o tempo como forma de lazer. Podemos não perceber de imediato, entretanto, nós acoplamos, automaticamente, essas rotinas digitais em nossas vidas.

As transformações digitais, neste século em que vivemos estão, cada vez mais, aceleradas. Temos múltiplas plataformas digitais disponíveis atualmente e todas elas possuem ferramentas e componentes auxiliares ao seu entorno. Com a ascensão do

[1] Doutoranda, Universidade Federal de Santa Maria, email. Bolsista CAPES.
[2] Doutora, Universidade Federal de Santa Maria, email.

desenvolvimento de ferramentas de inteligência artificial (IA) generativas, a forma como lidamos com nossas atividades profissionais e pessoais, muda. Especialmente porque se considera o pensamento de que a IA é um ferramental que ajuda nos processos do dia-a-dia. No entanto, esse pensamento pode ser perigoso, pois dá brecha para cairmos em uma ilusão positivista e tecno cêntrica que se ampara numa perspectiva neoliberal em que o entendimento da tecnologia solucionará aparentemente os problemas sociais sem necessidade de reformulação das bases econômicas (Ampuja, 2012).

As transformações ao decorrer de sua e nossa existência são constantes. Transformações essas que impactaram, impactam e seguirão impactando em todas as fronteiras de nossas vidas. Podemos dizer que uma das transformações que, contemporaneamente, afetam e geram curiosidade no ser humano estão atreladas aos meios tecnológicos e digitais. As redes sociais digitais, por exemplo, ocupam quase todo o nosso tempo, seja para trabalho, seja para lazer. Entretanto, além delas, com a inteligência artificial em expansão, há novos conjuntos tecnológicos com recursos, ferramentas, programas e dispositivos que realizam diversas tarefas e funções avançadas em distintos segmentos e setores cujo impacto ainda não é, de fato, mensurável. O que visualizamos à luz empírica e teórica diz respeito aos entrelaçamentos dessas novas tecnologias que criam processos e condicionamentos e lógicas específicas sobre nossas práticas de trabalho e vida.

Com isso em mente, como pensar em estratégias que visam contemplar o ensino, área que nos é de interesse, a partir dos atravessamentos das novas demandas tecnológicas e da utilização destas por meio de educandos, reconhecendo os interesses de jovens estudantes e as especificidades de cada educador(a)? A partir dessa indagação, temos como pretensão, neste artigo, de natureza qualitativa, revisar alguns conceitos teóricos como os de estratégia, com base em Pierre Bourdieu (2004) e Raúl Martins (1984) e ensino de publicidade com Bruno Pompeu (2018), Fábio Hansen, Juliana Petermann e Rodrigo Correa (2020).

Com o embasamento do método cartográfico de Gilles Deleuze e Félix Guattari (1995) e com a orientação das quatro etapas do “funcionamento atencional” de Virgínia Kastrup (2007): [1] rastreio, [2] toque, [3] pouso e [4] reconhecimento atento. Essas fases visam nos auxiliar a construir o passo-a-passo teórico-metodológico da pesquisa e a constituir os objetivos deste artigo em cada uma das quatro etapas.

Para a montagem de nosso referencial teórico, iniciamos com a explicação de nosso método de pesquisa, a cartografia, a partir das noções de Deleuze e Guattari em diálogo com Kastrup (2007) para aplicar o que será feito em cada uma das quatro etapas do funcionamento atencional.

No segundo tópico trazemos o que é o conceito de estratégia, a partir de uma visão macro, em seguida, no terceiro tópico abordamos a perspectiva do ensino de publicidade brasileiro. Já quarto tópico discutimos sobre as ferramentas de inteligência artificial aplicadas ao contexto educacional e no quinto tópico dissertamos e analisamos as ferramentas de inteligência artificial enquanto estratégias de ensino-aprendizagem no ensino publicitário.

MÉTODO CARTOGRÁFICO

Para o desenvolvimento desse artigo, utilizamos como suporte teórico-metodológico a cartografia que, segundo Kastrup (2007, p. 32) "[...] visa acompanhar um processo, e não representar um objeto. Em linhas gerais, trata-se sempre de investigar um processo de produção" (Kastrup, 2007, p. 32).

Enquanto método, a cartografia nos permite operar com novas possibilidades de compreender, do ponto de vista teórico e epistemológico, a sociedade e seus sujeitos. Em um breve esforço de diferenciação entre o pensamento estruturalista e pós-estruturalista, podemos aferir que, a diferença entre esses dois pensamentos está na estabilidade.

Kastrup (2015, p. 40) ressalta que "é no trabalho operado pela atenção que podemos identificar mais incisivamente a produção de dados de uma pesquisa e a dimensão construtivista do conhecimento". Portanto, partindo dessa máxima, a autora (2015) nos revela quatro variedades do funcionamento atencional, essas que fazem parte do trabalho da pessoa cartógrafa. São elas: rastreio, toque, pouso e reconhecimento atento. É interessante pensar que, o ato de cartografar pode ser metaforicamente exemplificado como o voo de um pássaro, isto porque há o voar e flanar por diferentes lugares.

Para identificarmos o que é cada uma dessas quatro variedades do funcionamento atencional, pretendemos condensar, de forma breve, cada uma. O rastreio "é um gesto de varredura do campo. Pode-se dizer que a atenção que rastreia visa uma espécie de meta ou alvo móvel" (Kastrup, 2015, p. 40). Assim, ele pode ser observado como a fase de entrada, o início, o sobrevoo para o universo de estudo e, dependendo, do objeto a ser estudado.

“O toque é sentido como uma rápida sensação, um pequeno vislumbre, que aciona em primeira mão o processo de seleção” (*Ibid*., p. 42). O momento do toque acontece quando, da primeira observação, abrem-se detalhes que necessitam de atenção e serão foco para o momento do pouso. Suely Rolnik (2006 *apud* Kastrup, 2015, p. 42) diria que “a subjetividade do cartógrafo é afetada pelo mundo em sua dimensão de matéria-força e não na dimensão de matéria-forma”.

“O gesto de pouso indica que a percepção, seja ela visual, auditiva ou outra, realiza uma parada e o campo se fecha, numa espécie de *zoom*. Um novo território se forma, o campo de observação se reconfigura. A atenção muda de escala” (Kastrup, 2015, p. 43). Em outras palavras, a fase do pouso identifica as possíveis “janelas” disponíveis que significam “uma referência ao problema dos limites e das fronteiras da mobilidade da atenção” (*Ibid*., p. 43). Dessa forma, quando a atenção pousa em algo ou em uma dessas “janelas” é o momento de uma parada, de uma focalização.

Já o quarto e último gesto ou variedade atencional é o reconhecimento atento e “tem como características nos reconduzir ao objeto para destacar seus contornos singulares” (*Ibid.,* p. 45). O que se espera nessa fase é produzir conhecimentos gerais e específicos de tal objeto, que, por vezes, pode-se revelar desconhecido. Com isso em mente, o quarto gesto propõe o voltar-se ao objeto pela última vez, com uma atenção atenta, reconhecendo os contornos e as sombras que este possui.

APLICAÇÃO DAS QUATRO ETAPAS DO FUNCIONAMENTO ATENCIONAL

O **rastreio** é o primeiro gesto atencional exploratório de visão macro e nele foi feito o levantamento de ferramentas de Inteligência artificial mais utilizadas no mercado e na educação. Neste mapeamento encontramos cerca de vinte tipos de ferramentas de inteligência artificial, porém, por limitações, optamos pela escolha de quatro ferramentas de IA. Estas serão apresentadas no tópico 5 deste ensaio.

No **toque**, segundo gesto atencional exploratório de visão macro, definimos as categorias a serem analisadas, considerando a escolha de nosso referencial teórico: *ferramenta de IA; tipo de IA; público a quem se destina; funcionalidades; estratégia para sala de aula.*

No primeiro gesto atencional exploratório de visão micro, temos o **pouso**. Nesta fase realizamos a relação entre as categorias criadas na etapa de toque e os conceitos teóricos aqui estudados.

O **reconhecimento atento** é o segundo gesto atencional exploratório de visão micro e nele efetuamos as análises dos dados coletados com base nas referências teóricas estudadas, nas ferramentas de inteligência artificial selecionadas em busca de conclusões sobre se, de fato, as ferramentas de IA podem servir como estratégias de ensino-aprendizagem.

Abaixo, esquematizamos o resumo da proposta teórico-metodológica deste artigo:

Quadro 1: Resumo da proposta teórico-metodológica deste trabalho.

Variantes do funcionamento atencional	Objetivo da etapa	Técnicas de pesquisa
Rastreio	Mapear as ferramentas de inteligência artificial usadas no mercado e na educação;	Pesquisa exploratória;
Toque	Identificar os tipos de IA existentes e seus usos no mercado e na educação;	Definir as categorias a serem exploradas a partir do referencial teórico;
Pouso	Relacionar as categorias de tipos de IA e seus usos no mercado e na educação com os conceitos teóricos escolhidos.	Apresentação do referencial teórico;
Reconhecimento Atento	Discorrer o que as categorias analisadas indicam sobre as ferramentas de IA como estratégias de ensino-aprendizagem.	Análise dos dados.

Fonte: a autora (2024).

A seguir, discutimos alguns dos conceitos delimitados para este estudo. Começamos com o que são estratégias, após partimos para o ensino publicitário e em seguida falamos sobre as ferramentas de inteligência artificial. Os dois tópicos finais são espaços reservados às análises dos dados e as discussões dos resultados advindos delas.

QUAL O CONCEITO DE ESTRATÉGIA?

> A estratégia é um elefante, argumentam eles, e somos todos o homem cego do provérbio agarrando diferentes partes e fingindo entender o todo (Mintzberg *et al.,* 2007, p. 23).

Neste tópico contextualizamos a noção de estratégia a partir de dois autores: Pierre Bourdieu, sociólogo francês e Raúl Martins, licenciado em Ciências Militares. Contextos diferentes, com noções que se assemelham.

Partimos da conceitualização do que é uma estratégia, para isso, utilizamos dois autores como bússola teórica. O primeiro autor usado para o embasamento teórico é Pierre Bourdieu (2004) que vê a estratégia com a função de ser "o instrumento de uma ruptura com o ponto de vista objetivista e com a ação sem agente que o estruturalismo supõe (recorrendo, por exemplo, à noção de inconsciente)" (*Ibid.,* p. 81).

> Mas pode-se recusar a ver a estratégia como o produto de um programa inconsciente, sem fazer dela o produto de um cálculo consciente e racional. Ela é o produto do senso prático como sentido de jogo, de um jogo social particular, historicamente definido, que se adquire desde a infância, participando das atividades sociais, […]. O bom jogador, que é de algum modo o jogo feito homem, faz a todo instante o que deve ser feito, o que o jogo demanda e exige (Bourdieu, 2004, p. 81).

Assim, a ideia de estratégia, para Bourdieu (2004) se junta à noção de jogo e, por isso, não deve ser colocada enquanto "problema em termos de espontaneidade e coação, liberdade e necessidade, indivíduo e social" (2004, p. 82). Pois "o *habitus* como sentido do jogo é jogo social incorporado, transformado em natureza. Nada é simultaneamente mais livre e coagido do que a ação do bom jogador. [...]" (*Ibid.,* p. 82).

Como forma de contextualização, o *habitus*, conceito que advém do pensamento bourdieusiano é percebido como um sistema de disposições ou ainda como o "funcionamento sistemático do corpo" em um determinado campo, podendo envolver modos de fala, práticas e posturas" (Bourdieu, 1983, p. 62). Ou seja, levando em consideração que cada campo social possui um determinado *habitus*, podemos dizer que cada agente ou indivíduo, a exemplo da categoria de profissionais da publicidade, contam com determinadas ações, modos de ser e de agir, vestimentas, hábitos de fala e afins que estruturam o *habitus* destas pessoas ou desses campos. Dessa forma, "enquanto estrutura estruturante, o *habitus* deve ser avaliado tanto em função da história do campo no qual o agente se insere, quanto pelo seu próprio desempenho neste" (Petermann, 2017, p. 55, *grifo nosso*).

O próximo autor possui um contexto distinto do primeiro autor, trata-se de Raúl Françóis Martins. Para ele, a estratégia serve "enquanto prática daqueles conhecimentos, orientadas pelas leis e princípios, canalizada ou não por uma doutrina, a Estratégia é uma

arte, que requer a intuição e o estilo, a inspiração e o gênio, que nesta, como nas outras artes, distinguem os grandes praticantes" (Martins, 1984, p. 112).

O que Martins (1984) ressalta da estratégia é que, essa palavra, enquanto conceito, advém do contexto militar cujo significado tem a ver com guerras, centradas em ou evitar conflitos, ou ganhar estes. Vale ainda mencionar a diferença entre estratégia e tática, conforme explica Martins (1984, p. 122) "a táctica organiza e dirige a ação nos combates enquanto a estratégia liga os combates uns aos outros para atingir os fins da guerra". É perceptível o quanto o contexto de guerra está interligado com as conceituações dos termos de estratégias e táticas, haja visto que, até hoje, esse enquadramento da utilização de estratégias enquanto equivalentes a algo a ser feito para se chegar a um resultado ou objetivo específico e esperado é usado, seja por empresas de ramos variados, seja em outros segmentos como a escola e o ensino.

Como podemos perceber, cada um desses dois autores utilizados, seja na perspectiva sociológica de Bourdieu (2004) ou na militar de Martins (1984), contam com certas semelhanças entre os seus conceitos, sobretudo quanto a sua estrutura teórica, visto que, para Bourdieu a estratégia parte da noção de jogo social, em que às regras e normas devem ser seguidas e, pelo viés de Martins, elas advêm de noções cívicas-militares que imputam o contexto de guerra, de ganhos ou de perdas. Em ambos os casos há um objetivo a ser alcançado, uma ação a ser planejada e realizada.

No próximo tópico, abordamos o ensino publicitário brasileiro, contextualizando brevemente sua história com os principais feitos desde 1920 até 2019.

UMA BREVE CONTEXTUALIZAÇÃO DO ENSINO DE PUBLICIDADE NO BRASIL

A história do ensino de publicidade e propaganda no Brasil é permeada por um contexto mercadológico. Para uma melhor contextualização, precisamos voltar alguns anos, ir para o século passado e criar uma linha do tempo do que aconteceu.

Na virada da década de 1920 para a de 1930, ainda no século XX, algumas agências de publicidade começaram a funcionar no País, porém, antes delas, no início dos anos 1920, algumas empresas internacionais chegaram ao território brasileiro. Bruno Pompeu (2018), um dos estudiosos do ensino publicitário brasileiro explica que as agências de publicidade e propaganda "vieram por força de empresas multinacionais aqui instaladas, como as montadoras de veículos General Motors e Ford" (Pompeu, 2018, p. 142). Pompeu (2018),

revela que para atender a essas empresas internacionais instaladas no País, “abriram portas no Brasil, agências internacionais, como a N. W. Ayer e a J. W. Thompson — esta última ainda hoje em pleno funcionamento” (*Ibid.,* p. 142).

A formação, em caráter profissional e educacional, de profissionais da propaganda naquela época ficava a cargo das agências, isto, pois “não se tinha nenhum curso formal que se propusesse a ensinar o fazer publicitário de então” (Pompeu, 2018, p. 141). No entanto, em meados dos anos de 1951, é criada a primeira Instituição voltado para um “ensino” de publicidade e propaganda, a Escola de Propaganda do Museu de Arte de São Paulo. Segundo Pompeu (2014, p. 142) “não era uma instituição que oferecesse cursos de terceiro grau, de nível superior, ou algo equivalente”, visto que, na realidade “tratava-se, muito mais, de uma iniciativa surgida de uma conjunção de fatores, iniciada com uma exposição de peças publicitárias no Museu de Arte de São Paulo, o MASP” (*Ibid.,* p. 142).

O curso de Publicidade da Escola de Propaganda do Museu de Arte de São Paulo, atual ESPM, em seus moldes originários, não tinha em vista ser um curso superior, até porque, naquela época, meados dos anos 50, buscava-se a profissionalização rápida de profissionais para atuarem em agências de publicidade no País. O que acarretou um curso que durava cerca de um ano, possuia uma estrutura curricular bem moldada para o período, organizado conforme a “[...] lógica departamental e a divisão funcional das agências estrangeiras e brasileiras” (Pompeu, 2018, p. 142).

Podemos assim concluir que “o ensino institucionalizado da Publicidade no Brasil surge a partir de um forte vínculo com o mercado de trabalho, com a esfera profissional e com a questão prática da propaganda” (Pompeu, 2018, p. 143). No entanto, esse direcionamento ganha outra intencionalidade, a partir dos anos de 1965 quando surge a Escola de Comunicações e Artes, nascida no berço da Universidade de São Paulo (USP). É nesta Escola que, em 1970, surge o primeiro curso superior de Publicidade e Propaganda.

Pompeu (2018, p. 144) aponta que desde o nascimento de ambas as Instituições — seja a ECA, seja a ESPM — houvera diferenças estruturais e epistemológicas entre elas. “Se a primeira surge no sentido de fornecer um aperfeiçoamento predominantemente técnico aos profissionais de mercado [...]; a outra brota justamente no terreno movediço da ciência [...]”. Essas duas Instituições de Ensino Superior, de acordo com o *Ranking Universitário* da Folha de 2023, são avaliadas como uma das melhores IES públicas do sudoeste do Brasil para se estudar Publicidade e Propaganda.

Antes de, de fato, apresentarmos a esquematização da linha do tempo do ensino publicitário brasileiro, precisamos falar de algo que é peça-chave no contexto do ensino em comunicação social e nas habilitações, aqui, focada em publicidade e propaganda: as matrizes/Diretrizes Curriculares dos cursos de Publicidade e Propaganda, sejam de Instituições de Ensino públicas ou privadas. Visto que "[...] discutir as Diretrizes Curriculares para os cursos de Publicidade requer discutir permanentemente os sujeitos. Não basta mudar o discurso se as práticas permanecerem como estão" (Hansen; Petermann; Correa, 2020, p. 58).

Quando nos deparamos com discursos sobre mudanças de currículo e até mesmo das próprias Diretrizes Curriculares Nacionais (DCNs), precisamos compreender uma questão: dependemos de forças externas para haver, de fato, mudanças. Quais seriam essas forças: "Ministério da Educação (MEC), o Conselho Nacional de Educação (CNE)" (*Ibid.,* p. 58). Nesse quesito, "existem deficiências de formação decorrentes de um conjunto de variáveis que historicamente se apresentam como barreiras do sistema educacional" (*Ibid.,* p. 59).

É válido "compreender a universidade como um espaço sociocultural e considerar os sujeitos do conhecimento (estudantes e professores) como sujeitos do discurso (de linguagem), reconhecendo suas diferenças enquanto sujeitos que não escapam à historicidade" (Hansen; Petermann; Correa, 2020, p. 60).

Com base no que Pompeu (2018) propõe e em diálogo com Hansen, Petermann e Correa (2020), esquematizamos, visualmente, uma breve linha do tempo do ensino publicitário brasileiro dos anos 1920 até 2019, ano da minuta do parecer de Diretrizes Curriculares Nacionais (DCNs)[3] dos cursos de Publicidade e Propaganda.

Figura 1: Linha do tempo sobre alguns marcos do ensino publicitário brasileiro.

[3] Disponível em: https://www.gov.br/mec/pt-br/acesso-a-informacao/participacao-social/audiencias-e-consultas-publicas/diretrizes-curriculares-publicidade-e-propaganda. Acesso em: 24/05/2024.



Fonte: elaborado pela autora (2024).

AFINAL, O QUE É UMA INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL?

Entendemos que, as transformações sociais, culturais, digitais e tecnológicas sempre existiram. Desde a "era antes de Cristo", a sociedade já possuía seus avanços, obviamente, a partir de contextos à época. No entanto, a partir da industrialização das sociedades, sobretudo, em países desenvolvidos e, logo em seguida, com a distribuição para países ditos subdesenvolvidos, caso do nosso País, começa a ser desenvolvida na sociedade, fases de desenvolvimentos tecnológicos que afetaram não só os maquinários industriais da época, como também segmentos outros como o da educação.

Aqui, retratamos um dos avanços tecnológicos que, em cenário atual, está em expansão: a Inteligência Artificial (IA). Para isso, precisamos antes conceituar o que é uma IA. O *Google Cloud*, plataforma nativa do Conglomerado Google, é um serviço de nuvem cujo foco é auxiliar organizações "a construir um novo caminho em um mundo que usa IA cada

vez mais" (*Google Cloud*, s/n, 2024). Por que falamos do *Google Cloud*? Porque é pelas explicações do *site* deles que definimos os tipos de inteligência artificial e, após isso, partimos para o olhar dessas IAs enquanto ferramentas de ensino-aprendizagem.

Segundo as noções que advém do *site* da plataforma *Google Cloud*

> A inteligência artificial é um conjunto de tecnologias que permitem aos computadores executar uma variedade de funções avançadas, incluindo a capacidade de ver, entender e traduzir idiomas falados e escritos, analisar dados, fazer recomendações e muito mais (*Google Cloud,* s/n, 2024).

O conceito acima visa o campo da ciência e sucede dos estudos de computação, contudo, podemos designar tal conceito a outras vertentes, caso da educação e também da área em que nos localizamos, a comunicação. "IA é um campo amplo que abrange muitas disciplinas diferentes, incluindo ciência da computação, análise e estatística de dados, engenharia de hardware e software, linguística, neurociência e até mesmo filosofia e psicologia" (Google Cloud, s/n, 2024). Já para uma perspectiva mercadológica, a IA é um conjunto de tecnologias que se baseiam, sobretudo, no aprendizado profundo e no *machine learning* (aprendizado de máquina).

Vale ainda consideramos o que é uma IA generativa. Neste sentido, a IA generativa "se refere ao uso de IA para criar novos conteúdos, como texto, imagens, música, áudio e vídeos" (*Google Cloud*, s/n, 2024). Esse tipo de IA funciona usando um modelo de *machine learning*, isto é, de aprendizagem de máquina, para identificar e compreender padrões e relações intrínsecas em um conjunto de dados composto por conteúdo produzido por humanos. Posteriormente, aplica os padrões apreendidos para a geração de novos conteúdos.

Para criarmos as nossas categorias do estudo, lançamos mão de compreender os tipos ou também chamados de quatro estágios de desenvolvimento da IA que existem. Primeiro, abordamos, laconicamente, cada um deles e após, nos direcionamos para um dos tipos para as categorias de análise. Os estágios de desenvolvimento da IA[4] foram retirados do site da plataforma Google Cloud.

[4] Disponível em: https://cloud.google.com/learn/what-is-artificial-intelligence?hl=pt-br. Acesso em: 25/05/2024.

1. **Máquinas reativas:** “IA limitada que só reage a diferentes tipos de estímulos com base em regras pré-programadas. Não usa memória e, portanto, não pode aprender com novos dados”.
2. **Memória limitada:** “a maior parte da IA moderna é considerada memória limitada. Ela pode usar memória para melhorar ao longo do tempo sendo treinada com novos dados, normalmente por meio de uma rede neural artificial ou outro modelo de treinamento”.
3. **Teoria da mente:** “Descreve a IA que pode emular a mente humana e tem recursos de tomada de decisão iguais aos de um humano, incluindo o reconhecimento e memorização de emoções e a reação em situações sociais como um humano”.
4. **Autoconhecimento:** “ela descreve uma máquina mística que está ciente da própria existência e tem os recursos intelectuais e emocionais do um ser humano. Como a teoria da IA de mente, a IA de autoconhecimento ainda não existe”.

Para este artigo, focamos na ***memória limitada*** em virtude de esse tipo ser o mais utilizado nas IAs. Focamos nossos esforços em quatro ferramentas de Inteligência artificial, duas específicas para a educação e outras duas com um foco mais voltado ao âmbito mercadológico, podendo. No entanto, tentamos fazer uma aproximação destas duas últimas pensando na utilização em sala de aula, visto que o ensino de publicidade leva em consideração a união entre teoria e prática.

Escolhemos, ao total, quatro ferramentas de IA generativa de memória limitada para serem compreendidas enquanto estratégias de ensino-aprendizagem em sala de aula no ensino de publicidade. A definição sobre o *corpus* deste ensaio partiu das funcionalidades de cada uma das plataformas escolhidas, sendo elas assim definidas: *Gemini* e *Teachy*, por um lado, procurando identificar *inputs* — entradas que auxiliem na concepção e no planejamento — de docentes. Gerador de imagens gratuito da Microsoft *Designer* e *Riffusion*, por outro, buscando encontrar *outputs* — saídas que possibilitem aulas práticas — para discentes.

Neste momento, damos destaque ao contexto sobre o que é cada uma das quatro ferramentas de IA escolhidas. Começamos explicando sobre as duas ferramentas de IA para o ensino publicitário, voltadas especificamente para uso docente. E em seguida, partimos para

a definição das outras duas, voltadas mais para aulas práticas do ensino de publicidade com foco nas e nos estudantes.

A *Gemini*[5]*,* antigo Google *Bard,* é a ferramenta multimodal de IA generativa do Google e serve para executar tarefas complexas que demandam a compreensão de diversos tipos de informação. Essas tarefas incluem resumir o conteúdo de um vídeo, identificar objetos em uma imagem e escrever código a partir de uma descrição verbal.

Os modelos multimodais[6] do *Gemini* são três: 1. *Gemini 1.5 Pro,* ainda em fase de lançamento, "criado para ser multimodal (texto, imagens, áudio, PDFs, código, vídeos) e para escalonamento em uma ampla variedade de tarefas" (*Google Cloud*, s/n, 2024); 2. *Gemini Pro 1.0,* "desenvolvido para tarefas de linguagem natural, *chat* com vários turnos, texto e código e geração de código" (*Ibid.,* 2024); 3. *Gemini 1.0 Pro Vision,* que "oferece suporte a solicitações multimodais. É possível incluir texto, imagens e vídeo nas solicitações e receber respostas de texto ou código" (*Ibid.,* 2024).

É interessante mencionarmos que a *Gemini* não é, de fato, voltada ao ensino, contudo, ela pode ser introduzida em tarefas e funções que auxiliam na gestão de tempo e na baixa refação de trabalhos, especialmente para docentes. Essa ferramenta possui serviços *freemium*, com pacotes e valores específicos a depender do serviço a ser contratado.

A *Teachy*[7] é uma ferramenta de IA generativa de memória limitada projetada para otimizar o trabalho docente, diferente da *Gemini* cuja proposta de serviço é voltada para aspectos mais gerais. A ideia da *Teachy* é ser uma facilitadora na elaboração de provas e exercícios, proporcionando aos educadores mais tempo para se dedicarem ao ensino. Assim como a *Gemini*, a ferramenta *Teachy* também possui serviços *freemium*, com três pacotes de valores específicos: básico é gratuito, porém possui limitações de recursos. *Premium* é pago e com acesso ilimitado a todas as funcionalidades da ferramenta e Escolas e cursos que é um pacote voltado para as comunidades escolares e afins e possui valores somente sob consulta.

Inferimos que o *Teachy* é uma ferramenta de IA mais utilizada em escolas de nível básico, no entanto, ela também possui funcionalidades que podem ser utilizadas no ensino superior, sobretudo para disciplinas que se voltam para a criatividade nos cursos de publicidade, por exemplo.

---

[5] Disponível em: https://gemini.google.com/app. Acesso em: 25/05/2024.
[6] Disponível em: https://cloud.google.com/vertex-ai/generative-ai/docs/multimodal/overview?hl=pt-br. Acesso em: 25/05/2024.
[7] Disponível em: https://www.teachy.com.br/. Acesso em: 25/05/2024.

Como observado nos dois parágrafos acima, especificamos duas das quatro ferramentas de IA para o ensino publicitário. As duas apresentadas dizem respeito, mais precisamente, para os *inputs,* isto é, as entradas específicas como recursos e funcionalidades para facilitar a gestão de tempo, os planejamentos de aula e a produção de conteúdos. Agora, as outras duas ferramentas de IA contam com uma proposta de integrar tanto a teoria quanto a prática nas aulas de criação, por exemplo, para estudantes de Publicidade e Propaganda.

O Gerador de imagens gratuito da Microsoft *Designer*[8] é uma ferramenta de IA generativa que, como o próprio nome indica, tem como proposta de serviço gerar imagens, de forma gratuita, a partir da descrição em texto de ideias para a transformação em imagem de tal. Para usar o serviço basta ter ou criar uma conta Microsoft, abrir o criador de imagens, descrever a sua ideia, em texto, utilizando de detalhes e especificidades como o tipo de arte que você busca, para que a imagem a ser gerada seja a mais próxima possível da ideia pensada. Há também a possibilidade de, a partir do acervo de imagens já geradas em IA pelo gerador, personalizá-las da sua maneira.

Já o *Riffusion*[9] é uma ferramenta de IA generativa que transforma textos em música, criando conteúdos sonoros originais que podem ser utilizados em vídeos. A ferramenta oferece suporte a uma ampla variedade de gêneros musicais, incluindo *folk*, *blues*, *funk* e *jazz*. Uma das principais características do *Riffusion* é seu algoritmo de difusão, que não apenas assegura a estabilidade e consistência das músicas criadas, mas também disponibiliza uma vasta seleção de instrumentos para serem incorporados nas composições. É um formato interessante, pois transformar, através de *prompts* de texto, a conversão em clipes de áudio. Essa IA também possui serviço *freemium,* com pacotes e condições especiais.

Definimos, assim, as seguintes categorias de análise para este ensaio: *[1] ferramenta de IA; [2] tipo de IA; [3] público a quem se destina; [4] funcionalidades; [5] estratégia para sala de aula.* No próximo tópico, abordamos essas quatro ferramentas de IA enquanto estratégias de ensino-aprendizagem para serem aplicadas pelos professores e pelos estudantes no ensino de publicidade.

[8] Disponível em: https://designer.microsoft.com/image-creator. Acesso em: 26/05/2024.
[9] Disponível em: https://www.riffusion.com/. Acesso em: 26/05/2024.

ANÁLISES: AS FERRAMENTAS DE IA ENQUANTO ESTRATÉGIAS DE ENSINO-APRENDIZAGEM NOS CURSOS DE PP

As ferramentas de IA de nosso *corpus* de pesquisa se voltam para dois públicos específicos: professores e estudantes. Os dados aqui apresentados partem de cinco categorias de análise: *[1] ferramenta de IA; [2] tipo de IA; [3] público a quem se destina; [4] funcionalidades; [5] estratégia para sala de aula.* Abaixo, optamos por criar um quadro específico para a análise de cada uma das quatro ferramentas de IA, com as divisões de nossas categorias e as explicações para cada.

Quadro 2: Análise do *corpus* de pesquisa.

Ferramenta de IA	**Tipo de IA**	**Público a quem se destina**	**Funcionalidades**	**Estratégias para a sala de aula**
Gemini	Memória Limitada	Docente	Versão 1.0 *Pro Vision* oferece suporte à geração de texto usando texto, imagens e vídeo como entrada. Outros casos de uso como busca de informações, reconhecimento de objetos, legendas/descrições e afins também fazem parte da IA.	Foco em planejamento e gestão de tempo.
Teachy	Memória Limitada	Docente	Oferece serviços como: preparo de aulas, criação de materiais utilizando IA, criação de avaliações e correção de provas.	Preparo de aula, criação de materiais e desenvolvimento de avaliações para estudantes.
Gerador de imagens da Microsoft *Designer*	Memória Limitada	Estudante	Transforma texto em imagem. É gratuito e de fácil acesso.	Mostrar novos recursos da tecnologia a partir do uso da IA e como este é vinculado ao mercado publicitário. Aplicado em sala de aula, em disciplinas com foco na criatividade como o caso da Direção de Arte.
Riffusion	Memória Limitada	Estudante	Tranforma texto em música. É gratuito e oferece diferentes opções de gêneros musicais como: *folk, jazz, blues* e *funk.*	Mostrar novos recursos da tecnologia a partir do uso da IA. Inovar em formatos a partir de conteúdos.

Fonte: elaborado pela autora (2024).

Ao analisar os dados do *corpus* de pesquisa percebemos que, o uso das ferramentas de IA generativas e de memória limitada está, cada vez mais, se tornando parte de nossas práticas e rotinas, sejam de trabalho, sejam de lazer. No entanto, ainda há muitas dúvidas quanto as suas finalidades e aos seus usos éticos, o que não é o escopo deste trabalho, mas que, deve ser observado.

A utilização de ferramentas de IA em sala de aula, aqui focadas aos cursos de PP, enquanto estratégias de ensino-aprendizagem, podem, de forma consciente e vigilante, serem introduzidas às propostas acadêmicas, desde que essas sejam usadas enquanto suportes que auxiliem na construção de conhecimentos tanto de docentes quanto de discentes. Ainda, é necessário que educadores(as) promovam o pensamento crítico sobre o uso de ferramentas de IA para seus educandos e educandas, visto que o uso indevido dessas ferramentas para trabalhos, tarefas e atividades acadêmicas pode acarretar uma baixa qualidade no conhecimento desses estudantes.

As novas tecnologias fazem parte do contexto de mudanças da nossa profissão, tanto ligada ao ensino quanto ao mercado publicitário e cabe a nós, pessoas que estão neste meio, conseguirmos adaptar os usos ao nosso favor. Dessa forma, e seguindo esta conjectura, as ferramentas de inteligência artificial aqui citadas, enquanto estratégias de ensino-aprendizagem, podem favorecer na criação de aulas, no planejamento de conteúdos e de planos de aula, bem como também na gestão de tempo de professores. Ainda, em sala de aula podem servir de suporte para atrelar noções teóricas à prática, considerando as necessidades de estudantes em compreender os usos e os recursos destas e os saberes teóricos das disciplinas.

Por isso, consideramos essas ferramentas de IA enquanto estratégias, porque como suscita Bourdieu (2004), uma estratégia é o produto do senso prático, no sentido de jogo e, observando dessa forma, o *habitus* do campo publicitário, seja do trabalho, seja do ensino, mesmo que distintos, contam com semelhanças que se adornam às disposições da profissão que considera, frequentemente, a adoção das novidades e as usabilidades que estas trazem para o campo, desde o ensino até o mercado.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Após nosso embasamento teórico-metodológico proposto para este ensaio, conjecturamos três principais pontos como resultados ligados a esta discussão. O primeiro

diz respeito ao nosso referencial teórico, por tratar-se de uma revisão, nos limitamos ao escopo de um histórico sobre o ensino publicitário brasileiro, com explicações que advém de teóricos que já estão observando, investigando e propondo, incansavelmente, novas condições para o ensino de PP. Observamos que o ensino publicitário brasileiro enquanto objeto de pesquisa ainda é emergente, no entanto, percebeu-se que os estudos que o analisam começam a ter maior enfoque em meados dos anos 2000 e seguem sendo desenvolvidos até o atual momento. As principais temáticas focam seus olhares teóricos nas matrizes curriculares dos cursos de publicidade e propaganda, nos desafios do ensino em sala de aula, nas experiências docentes, na formação de discentes e no perfil de egressos. Acreditamos que essas pautas são necessárias para o debate no campo do ensino publicitário e que, há uma abertura para que outros assuntos devam ser investigados, como o caso de propor um olhar epistemológico e teórico sobre como, atualmente, está estruturado o perfil docente e discente a partir dos atravessamentos tecnológicos, por exemplo.

O segundo ponto diz respeito a metodologia, novamente, por se tratar de um artigo teórico-metodológico estendido para uma revisão bibliográfica, não tivemos tal espaço para aprofundamento das análises. Percebemos que a cartografia enquanto método nos é de grande valia, visto que serve como base para nossas considerações, conectando a parte teórica com a parte metodológica. Entretanto, constatou-se que, somente com a análise das ferramentas de inteligência artificial não é possível identificar de forma assertiva a construção de conhecimento de estudantes, bem como as perspectivas de uso de docentes. Por isso, acreditamos ser interessante, para futuras investigações, uma análise prática, de fato, em sala de aula, visando contemplar os usos e as percepções de professores e estudantes. Outra percepção é, investigar também as noções vinculadas aos algoritmos e a ética das ferramentas de IA, o que não foi avaliado nesta pesquisa.

O terceiro e último ponto lança mão para uma possível proposta ao campo publicitário: enquanto área, a publicidade é comumente vista como o local que cria, lança ou usa tendências e novidades tecnológicas, digitais, mercadológicas, sociais, culturais, entre outras tantas. Além disso, publicitárias e publicitários, sempre foram vistos, seja por externos, seja por estudantes e ingressantes dos cursos de PP, como profissionais “fora da caixa”, altamente criativos e com visões inovadoras. Esse imaginário da profissão e de seus profissionais, ainda hoje, é reforçado e contemplado por muitas e muitos dentro do campo

publicitário. No entanto, sabemos que a área de Publicidade é muito mais que só esse simbólico. Por isso, acreditamos que, o uso de ferramentas de IA tanto no ensino como no trabalho publicitário não deve ser colocado como uma simples novidade, ou usado indisciplinadamente. Cabe a nós, em âmbito acadêmico e mercadológico, entendermos e reconhecermos necessários estudos para amparar o uso de IA em nossas práticas de trabalho e até mesmo de lazer.

Por fim, acreditamos que esse sobrevoo inicial foi de suma importância para uma aproximação teórico-metodológica, tendo em vista que esse exercício nos deu escopo para outras pesquisas e artigos a serem estruturados.

REFERÊNCIAS

AMPUJA, M. The Mediatization of Social Theory and its Problematic Consequences. *In*: AMPUJA, M. **Theorizing Globalization**: A Critique of the Mediatization of Social Theory. Leiden, Países Baixos: Brill, 2012.

BOURDIEU, Pierre. Da regra às estratégias. In.: **Coisas ditas**. São Paulo: Brasiliense, 2004.

BOURDIEU, Pierre. **Sociologia**. São Paulo: Ática, 1983.

DELEUZE, G; GUATTARI, F. **Mil Platôs** (vol. I). 2ª Ed. Rio de Janeiro: 1995.

DUARTE; BARROS. **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação.** 2.ed. São Paulo: Atlas.

HANSEN, Fábio; PETERMANN, Juliana; CORREA, Rodrigo. **Criação Publicitária:** desafios no ensino. Porto Alegre: Sulina, 2020.

HOLMES, Wayne; FADEL, Charles; BIALIK, Maya. **Artificial Intelligence in Education**: Promise and Implications for Teaching and Learning. Boston, MA: The Center for Curriculum Redesign, 2019.

KASTRUP, V. **O funcionamento da atenção no trabalho do cartógrafo**. Psicol. Soc. vol.19. no.1 Porto Alegre Jan./Apr. 2007.

MARTINS, Raúl François. Acerca do conceito de estratégia. In: **Nação e Defesa**, [Lisboa], Ano 9,n. 29, jan./mar. 1984.

PETERMANN, Juliana. **Cartografia da Criação Publicitária.** Santa Maria: . Santa Maria: Facos - UFSM, 2017.

POMPEU, Bruno. **Semiopublicidade**: Inovação no ensino: Epistemologia e currículo da publicidade. Curitiba: Appris Editora, 2018.

SILVA, Sivaldo Pereira da. Algoritmos, comunicação digital e democracia: dimensões culturais e implicações políticas nos processos de big data. In.: MEHL, JoãoPaulo; SILVA, Sivaldo Pereirada (Orgs.). **Cultura Digital, internet e apropriações políticas:** experiências, desafios e horizontes. Rio de Janeiro: Letra e Imagem, 2017, p. 29-43. Disponível em:

http://ctpol.unb.br/wp-content/uploads/2019/04/2017_MEHL-_SILVA_Cultura-Digital-e-apropriacoes-politicas.pdf. Acesso em: 19/05/2024.

STAVNY, Fabiola Martins; SILVA, Sônia de Souza e; KALINKE, Marco Aurélio. Reflexões sobre a inteligência artificial na educação, perspectivas teórico - filosóficas. **VI Seminário Internacional de Pesquisa e Estudos Qualitativos - SIPE VI**. Pesquisa qualitativa: ética- lógica, epistemologia, 22 a 24 de setembro de 2021. Disponível em: https://sepq.org.br/eventos/VI-SIPEQ/documentos/09820001978/10. Acesso em: 20/05/2024.

WHAT is artificial intelligence. **Google Cloud.** Disponível em: https://cloud.google.com/learn/what-is-artificial-intelligence?hl=pt-br. Acesso em: 22/05/2024.

As autoras são responsáveis pela fidedignidade dos dados apresentados.

ANÁLISE EXPLORATÓRIA DE TCCs DE JORNALISMO: UMA ABORDAGEM BASEADA NA METODOLOGIA KDD

Jessica Santos Nascimento[1]
Yasmin Marie Ishizuka de Rezende[2]
Katia Kelvis Cassiano[3]

RESUMO

O trabalho analisa dados dos Trabalhos de Conclusão de Curso (TCC) de Jornalismo da UFG, integrando gestão documental. Aplicou-se a metodologia de Descoberta de Conhecimento em Bases de Dados (KDD), com as etapas de seleção, pré-processamento, transformação, mineração e avaliação dos dados. O resultado é um painel de dashboards interativos que visa apoiar em decisões estratégicas e oferece informações à comunidade acadêmica.

Palavras-chave: Análise de dados; Mineração de dados; Trabalhos de conclusão de curso; Painel de visualização; Descoberta de conhecimento.

EXPLORATORY ANALYSIS OF JOURNALISM THESES: A KDD-BASED APPROACH

ABSTRACT

The present study presents the data analysis of the undergraduate theses (TCC) from the Journalism program at the Federal University of Goiás, conducted in coauthorship, with a complementary focus that integrates contributions in document management and organization. In this study, specifically, the Knowledge Discovery in Databases (KDD) methodology was used, encompassing the stages of selection, preprocessing, transformation, mining, and evaluation of the collected data. As a result, an interactive dashboard panel was developed to assist the coordination in strategic decision-making and to provide relevant information to the academic community.

Keywords: *Data analysis; Data mining; Undergraduate thesis; Visualization dashboard; Knowledge discovery.*

INTRODUÇÃO

O presente trabalho foi realizado na Faculdade de Informação e Comunicação (FIC) da Universidade Federal de Goiás (UFG), que tem como missão promover a formação de cidadãos críticos e profissionais competentes, por meio do ensino, pesquisa e extensão, contribuindo

[1] Graduanda em Gestão da Informação, Universidade Federal de Goiás, jessicasn2001@gmail.com.
[2] Graduanda em Gestão da Informação, Universidade Federal de Goiás, yasminishizuka7@gmail.com.
[3] Doutora em Engenharia de Sistemas e Computação (UFRJ), Professora Adjunta da Faculdade de Informação e Comunicação (UFG), katiakelvis@ufg.br.

efetivamente no desenvolvimento da sociedade. Conforme estabelecido pela Resolução CONSUNI/CEPEC/CC Nº 02/2013:

> Art. 6º Para a consecução de suas finalidades, a UFG: I- promoverá, por meio do ensino, da pesquisa e da extensão, todas as formas de conhecimento (...) (Universidade Federal de Goiás, 2013, p. 5).

Desenvolveu-se, especificamente, na coordenação do curso de Jornalismo da FIC, o qual é reconhecido pelo Ministério da Educação (MEC) desde 5 de novembro de 1975 - e em breve, portanto, tal marco completará aos 50 anos, consolidando o curso como uma referência na formação de profissionais da área.

O curso de Jornalismo tem como objetivo formar profissionais com competência teórica, técnica, ética e estética, capazes de atuar em todas as linguagens jornalísticas, assegurando autonomia na produção de conteúdo, seja em empresas, assessorias, consultorias ou projetos de comunicação em geral. De acordo com o Projeto Pedagógico do Curso (PPC) de Jornalismo:

> O curso de Jornalismo da UFG propõe-se a qualificar o discente no âmbito da criticidade, das habilidades multimidiáticas, do desenvolvimento de habilidades dialógicas diante dos conflitos e da diversidade dos discursos sociais, e do respeito aos códigos deontológicos da profissão. Esta formação capacita o egresso a atuar como produtor intelectual e agente da cidadania, dando conta, por um lado, da complexidade e do pluralismo característicos da sociedade e da cultura contemporâneas e, por outro lado, dos fundamentos teóricos e técnicos especializados. (UFG, 2019, p. 10)

Assim sendo, os Trabalhos de Conclusão de Curso (TCCs) possuem grande significância, pois são uma parte essencial da formação acadêmica, representando a culminação do aprendizado teórico e prático dos alunos. Ainda, servem como um meio para que os discentes apliquem e demonstrem suas aptidões técnicas e conhecimentos adquiridos ao longo do curso, conforme Regulamento de Trabalho de Conclusão de Curso:

> Art. 2°. Compreende-se por TCC a atividade acadêmica elaborada pelo discente como expressão do conjunto de conhecimentos, habilidades e competências construídos ao longo da graduação e sistematizada no formato de uma monografia ou de um projeto experimental com a finalidade de aprofundar no campo da pesquisa científica e/ou promover a integração entre a teoria e a prática jornalística. (Universidade Federal de Goiás, 2020, p. 1).

Com o intuito de sistematizar o armazenamento e a disponibilização dos TCCs, além de garantir a gestão adequada desses documentos, foram levantados dados relacionados aos

trabalhos. Pensando-se a partir disso, desenvolveu-se o processo de análise de dados dos TCC's utilizando a metodologia *Knowledge Discovery in Databases (KDD)*, uma abordagem estruturada que compreende as seguintes etapas: seleção, pré-processamento, transformação, mineração e interpretação dos dados. Cada uma dessas etapas é essencial para garantir uma análise eficaz e a extração de novas percepções significativas conforme exposto por Fayyad, Piatetsky-Shapiro e Smyth (1996).

Neste contexto, o método KDD se revelou especialmente adequado, apesar do baixo volume de dados dos TCC's, que totalizam 324 registros. Embora o volume de dados seja pequeno em comparação aos grandes conjuntos característicos do Big Data, a aplicação do KDD continua a ser altamente relevante, pois oferece uma abordagem sistemática que assegura a qualidade da análise e facilita a identificação de padrões e, possivelmente, novas perspectivas. Essa estratégia permite uma análise detalhada e robusta, revelando informações que podem não ser imediatamente evidentes, o que justifica a sua utilização.

O objetivo do presente trabalho, portanto, insere-se em uma iniciativa mais ampla de estruturação inicial de um sistema de gestão documental para os Trabalhos de Conclusão do Curso de Jornalismo, da Faculdade de Informação e Comunicação (FIC) da UFG, além da geração de informação e conhecimento a respeito de tais trabalhos e contextos associados, com objetivos específicos de desenvolver uma planilha de metadados, organizada e padronizada, pronta para análise e acréscimo de novos dados; construção de um painel de dashboards interativos, a partir dos dados coletados dos TCCs do curso de Jornalismo - os quais servem como modelos para novas análises, após adição de novos dados -, com o intuito de fornecer uma ferramenta para suporte à tomada de decisões estratégicas, bem como possibilitar que, futuramente, essas informações sejam disponibilizadas à comunidade acadêmica.

DESENVOLVIMENTO

As atividades desenvolvidas foram organizadas de maneira sistemática ao longo do período, com um foco inicial na organização e digitalização dos Trabalhos de Conclusão de Curso (TCCs), processo fundamental para assegurar a integridade e a acessibilidade dos documentos – etapas que são explicitadas em outro trabalho.

A digitalização dos documentos envolveu a transferência dos TCCs físicos para formatos digitais, com o intuito de facilitar sua catalogação e recuperação das informações. A partir disso, utilizou-se das tarefas realizadas para a obtenção de metadados relevantes, que foram coletados durante o processo, os quais serviram como elementos fundamentais na

análise dos dados, permitindo uma exploração a respeito das características dos TCCs e a identificação de padrões acerca do assunto.

As etapas de organização e digitalização foram complementadas por um planejamento detalhado, que incluiu a definição de categorias para os metadados a serem coletados, como o ano de conclusão, o tipo de trabalho, o orientador e o gênero do projeto. Essa organização inicial foi crucial para garantir a eficiência da análise de dados e possibilitar uma interpretação mais rica e fundamentada dos resultados obtidos.

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Este estudo caracteriza-se por uma pesquisa de natureza quantitativa, com análise feita a partir dos metadados dos Trabalhos de Conclusão de Curso (TCCs) do curso de Jornalismo da Universidade Federal de Goiás (UFG). A pesquisa é classificada como documental e descritiva-exploratória, visto que a pesquisa documental é aquela que se baseia em materiais que ainda não receberam um tratamento analítico aprofundado, como no caso dos TCCs analisados.

> Investigação documental é a realizada em documentos conservados no interior de órgãos públicos e privados de qualquer natureza, ou com pessoas. (Vergara, 2016, p.73)

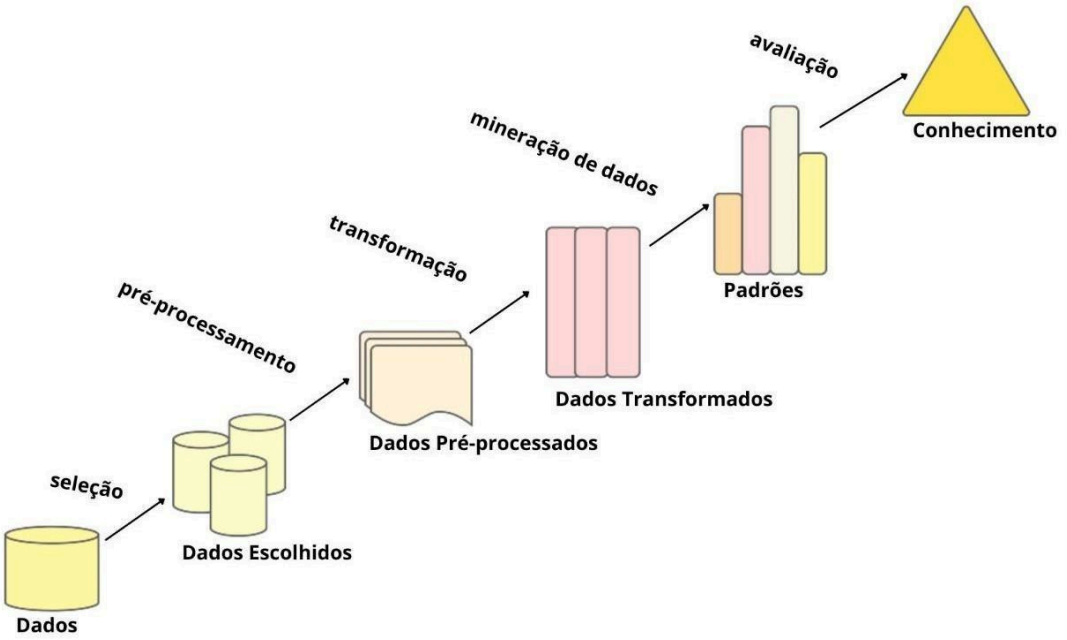
Já a pesquisa descritiva-exploratória, visa descrever características de uma população ou fenômeno, bem como explorar padrões e tendências a partir dos dados coletados, o que se adequa ao estudo desenvolvido.

> A investigação exploratória, que não deve ser confundida com leitura exploratória, é realizada em área na qual há pouco conhecimento acumulado e sistematizado (...) A pesquisa descritiva expõe características de determinada população ou de determinado fenômeno. (Vergara, 2016, p.73)

KDD - *KNOWLEDGE DISCOVERY IN DATABASES*

O processo de Descoberta de Conhecimento em Bases de Dados (*Knowledge Discovery in Databases*), método empregado, constitui uma abordagem abrangente, sistemática e estruturada, que visa a extração de conhecimento útil e previamente desconhecido a partir da análise exploratória de dados (Fayyad; Piatetsky-Shapiro; Smyth, 1996), muito relevante em um mundo onde a quantidade de dados gerados está em constante crescimento. O KDD é composto por cinco etapas: seleção de dados, pré-processamento, transformação, mineração de dados e interpretação/avaliação dos resultados. conforme ilustra a figura abaixo.

Figura 1 – Metodologia KDD



Fonte: Elaborado pelo autor, adaptado de Fayyad, Shapiro e Smyth (1996)

A seleção de dados envolve a identificação e escolha dos dados relevantes a serem analisados. Esta fase é fundamental, pois a qualidade do conhecimento extraído depende diretamente da adequação dos dados selecionados, portanto, deve ser feita de forma cuidadosa, pois é crucial para entender o contexto dos dados e facilitar a análise posterior

> Nesta etapa é definido o conjunto de dados contendo todas as possíveis variáveis (atributos) e registros (instâncias ou casos) que se pretende analisar. (Rosa, 2017)

O pré-processamento é fundamental para garantir a qualidade dos dados. Segundo Fayyad et al. (1996), essa etapa ajuda a lidar com ruídos e inconsistências, preparando os dados para a análise. A transformação dos dados é a etapa em que os dados são convertidos em um formato que facilite a análise. Isso pode incluir a normalização, agregação ou a criação de novas variáveis, além de essencial para garantir que haja compatibilidade com as técnicas de mineração que serão aplicadas.

> Esta etapa é implementada através de um processamento dos dados, visando organizar os dados para auxiliar o trabalho sucedido pelas fases posteriores do processo KDD. (Goldschmidt; Passos, 2005)

A mineração de dados é a etapa do processo KDD onde são aplicadas técnicas analíticas para descobrir padrões e relações significativas nos dados. Esta fase é essencial para a extração de conhecimento, visto que permite identificar tendências e insights que podem ser utilizados para a tomada de decisões.

> As técnicas de mineração de dados se referem à extração automatizada de padrões, representando conhecimento implicitamente armazenado em bases de dados amplas. (Witten et al., 2011)

A Interpretação/Avaliação, por fim, visa descrever detalhadamente o processo de obtenção e interpretação das informações apresentadas nos dashboards desenvolvidos.

O KDD é um processo iterativo, onde os resultados de uma etapa podem levar a revisões em etapas anteriores, permitindo um refinamento contínuo do conhecimento extraído, e sua importância reside na capacidade de transformar dados em descobertas significativas, as quais auxiliam a tomada de decisões em diversas áreas (Vida; Sabará; Castanho; Souza, 2022). A seguir, detalham-se as técnicas e procedimentos utilizados em cada etapa.

SELEÇÃO DE DADOS

A primeira etapa consistiu na verificação de diversas caixas de CDs disponíveis na coordenação do curso de jornalismo, as quais continham os Trabalhos de Conclusão de curso (TCCs) dos estudantes. A coleta de dados envolveu o levantamento de 324 registros de TCCs armazenados em CDs. Diante disso realizou-se a coleta de dados, registrando-os a partir de metadados relevantes.

> A utilização de metadados é essencial para garantir a descoberta eficiente de informações, a preservação a longo prazo de conteúdos digitais e a interoperabilidade entre diferentes sistemas, contribuindo assim para a gestão eficaz de recursos informacionais. (Sayão, 2010)

Dessa forma, os metadados escolhidos, para entender o contexto dos dados analisados, foram: ano, tipo documental (monografia ou projeto experimental), gênero, produto, título do trabalho, orientador e discente. Tais dados foram copiados na íntegra, conforme foram escritos na folha de rosto dos trabalhos dos discentes.

Portanto, segue abaixo a descrição de cada metadado.

Quadro 1 - Motivos de Metadados

METADADO	EXPLICAÇÃO

ANO	O ano de conclusão do TCC é crucial para entender as possíveis mudanças nas temáticas abordadas ao longo do tempo. Permite identificar tendências temáticas e a influência de eventos ou tendências sociais e tecnológicas nos temas dos TCCs, além de permitir análises comparativas entre diferentes períodos.
TIPO DOCUMENTAL	Diferenciar entre monografias e projetos experimentais é fundamental, pois cada tipo segue metodologias e objetivos distintos. Este metadado ajuda a compreender a natureza dos trabalhos, sua prevalência ao longo dos anos, e permite explorar tendências na escolha do tipo documental.
GÊNERO E PRODUTO	Metadados derivados do "TIPO DOCUMENTAL", aplicáveis apenas aos projetos experimentais. Os projetos experimentais podem ser classificados em gêneros (produção impressa, radiofônica, audiovisual, etc.), que se desdobram em produtos específicos (livro-reportagem, documentário, revista, etc.).
TÍTULO DO TRABALHO	O título fornece uma visão inicial sobre o tema e foco do TCC. Permite identificar tendências temáticas, áreas de interesses emergentes, e realizar análises textuais para explorar a diversidade de temas abordados ao longo do tempo.
ORIENTADOR	Este metadado possibilita avaliar a distribuição da orientação acadêmica, identificar professores que se destacam em áreas específicas, e explorar a influência dos orientadores nas escolhas temáticas dos discentes. Também ajuda a identificar docentes menos ativos na orientação de TCCs.
DISCENTE	Fundamental para a atribuição correta dos trabalhos e o reconhecimento da autoria. Como cada discente produz apenas um TCC, este metadado serve como chave primária, permitindo verificar correlações entre as produções acadêmicas dos discentes e outros metadados, como orientador ou tipo documental.

Fonte – Elaborado pelo autor

PRÉ-PROCESSAMENTO DOS DADOS

Nessa etapa, foi realizada a padronização e o tratamento dos dados coletados. Dados inconsistentes ou incompletos foram identificados e corrigidos. Por exemplo, houve a necessidade de padronizar nomes de orientadores que apareciam em formas abreviadas ou diferentes grafias. Além disso, 11 registros que continham a palavra “ERRO”, correspondentes aos CDs que não abriram por estarem com arquivos corrompidos, foram eliminados. Embora esses registros tenham sido inicialmente coletados para mapear a perda de informações causada pela fragilidade do suporte físico — que pode sofrer danos resultando em perda de dados, um aspecto relevante para a gestão documental —, esse mapeamento específico não se mostrou crucial para os objetivos deste estudo.

TRANSFORMAÇÃO DOS DADOS

A transformação dos dados envolveu a reorganização e a estruturação das informações coletadas, a fim de facilitar a aplicação de técnicas de mineração de dados. Os metadados foram normalizados e organizados em categorias específicas para possibilitar a criação de painéis interativos que permitissem uma análise mais detalhada e precisa dos TCCs. Ademais, tendo em vista que o metadado “ORIENTADOR” contém nomes de docentes que são efetivos em outras unidades ou já não atuam na instituição, uma nova coluna

chamada “PROFESSORES EFETIVOS” foi feita, para que houvesse a possibilidade de filtrar tais professores que exercem o cargo de docência no curso de jornalismo.

MINERAÇÃO DE DADOS

A fase de mineração de dados foi realizada com o uso do Power BI, onde foram aplicadas técnicas de análise de dados com o objetivo de identificar padrões, correlações e tendências entre os TCCs. Foram criados painéis de visualização interativa que permitiram explorar, por exemplo, a distribuição dos trabalhos por ano, o número de orientações por docente e a distribuição dos gêneros de projetos experimentais.

INTERPRETAÇÃO E AVALIAÇÃO DOS RESULTADOS

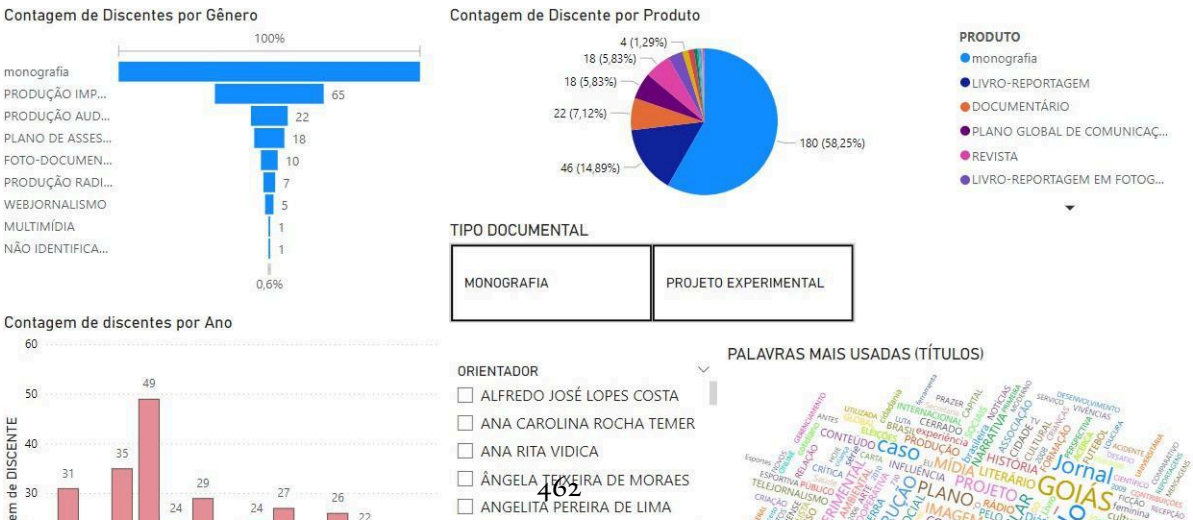
A etapa final do KDD envolveu a interpretação dos resultados obtidos por meio dos painéis interativos. As informações geradas foram analisadas à luz dos objetivos da pesquisa, possibilitou a extração de ideias relevantes a respeito da produção acadêmica dos estudantes e os contextos associados.

RESULTADOS

Nesta seção, são apresentados os principais achados obtidos a partir da análise dos dados, com base nos métodos e ferramentas descritos anteriormente. Os resultados refletem tanto os padrões identificados quanto as correlações relevantes entre as variáveis investigadas, proporcionando uma compreensão aprofundada sobre o tema abordado.

Os dashboards gerados serão apresentados a seguir, de forma mais explicativa. Tais visualizações interativas e informativas além de ilustrarem os padrões e descobertas, facilitarão, também, a compreensão e a comunicação dos resultados obtidos. A seguir tem-se o resultado do painel completo.

Figura 2 – Painel de Dashboards

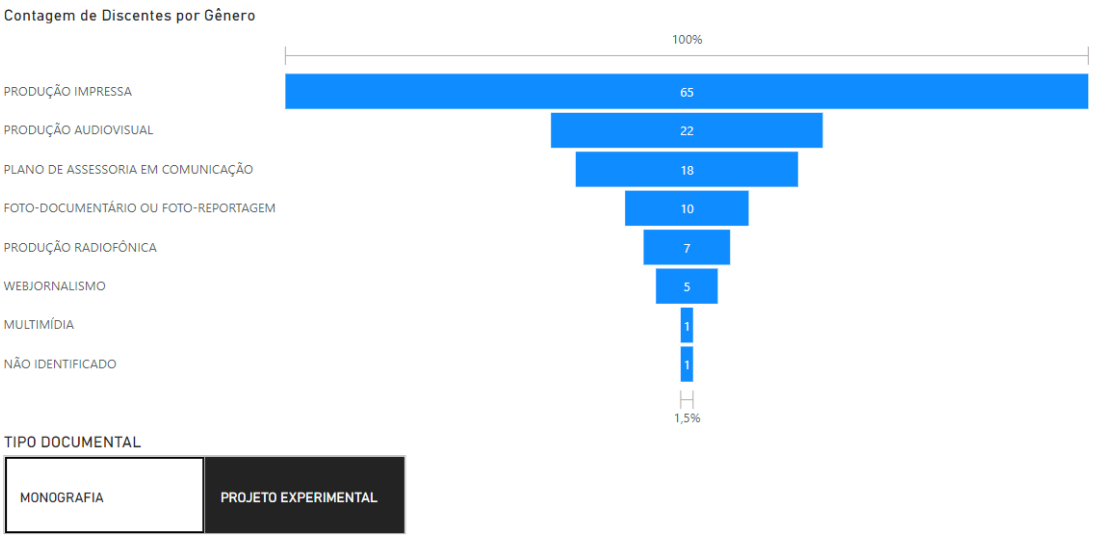


Fonte: Elaborado pelo autor

O dashboard do tipo ‘funil’, parte superior à esquerda, desenvolvido neste estudo, oferece uma análise sobre as escolhas dos discentes que optaram por Projetos Experimentais como forma de conclusão do curso de Jornalismo - permitindo a extração de métricas detalhadas, com a distribuição dos alunos em relação às diversas categorias de Projetos Experimentais, conforme estipulado pelo Regulamento de Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) (Universidade Federal de Goiás, 2020).

As categorias de projetos contempladas no regulamento incluem: Produção Impressa, Produção Audiovisual ou Televisiva, Produção Radiofônica, Foto-documentário ou Foto-reportagem, Webjornalismo, e Plano de Assessoria em Comunicação. Assim, a análise destas métricas possibilita não apenas a identificação das preferências dos discentes em relação aos gêneros de projetos, mas também a detecção de padrões e tendências associadas aos alunos, visão abrangente que permitirá inferir possíveis influências e direcionamentos no processo de escolha dos temas de TCC, enriquecendo a compreensão sobre as dinâmicas acadêmicas e as opções dos discentes ao longo do tempo.

Figura 3 – Dashboard Discentes por Gênero



Fonte: Elaborado pelo autor

Ao aplicar o filtro 'Projeto Experimental', obtém-se a quantificação exata das categorias presentes no banco de dados. Com base nos dados disponíveis e considerando a necessidade de atualização contínua, bem como a inserção e verificação dos TCCs que ainda não foram incluídos devido ao prazo, observa-se a seguinte distribuição dos gêneros de projetos

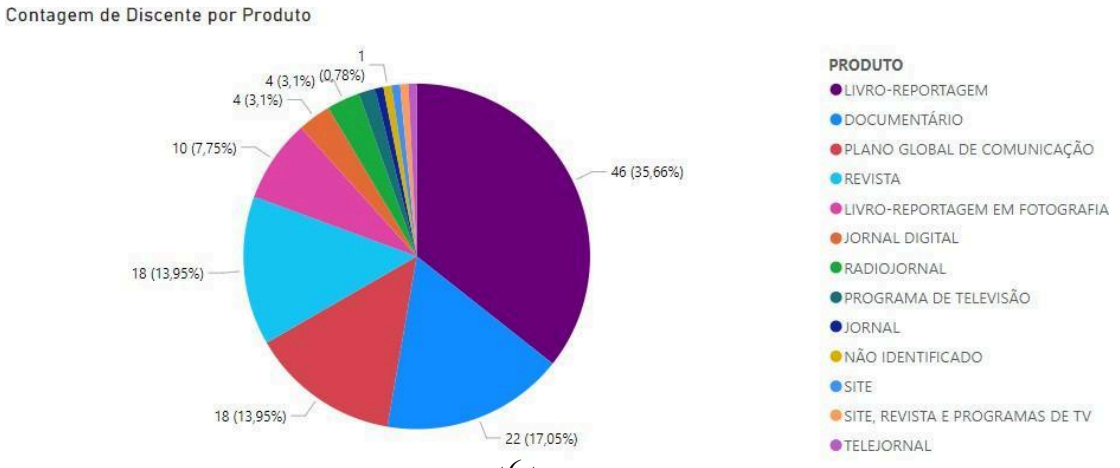
experimentais:

1. Produção Impressa: 65 trabalhos
2. Produção Audiovisual: 22 trabalhos
3. Plano de Assessoria em Comunicação: 18 trabalhos
4. Foto-Documentário/Foto-Reportagem: 10 trabalhos
5. Produção Radiofônica: 7 trabalhos
6. Webjornalismo: 5 trabalhos
7. Multimídia: 1 trabalho
8. Produção Televisiva: 1 trabalho

Esses dados indicam uma predominância significativa de projetos classificados como 'Produção Impressa', seguidos por 'Produção Audiovisual' e 'Plano de Assessoria em Comunicação'. Vale ressaltar que, embora 'Multimídia' não esteja previsto no regulamento oficial, foi incluído devido a um trabalho particularmente bem elaborado nessa categoria. A inclusão deste dado foi autorizada pela supervisora, refletindo a importância e a qualidade do projeto.

No contexto da análise dos projetos experimentais desenvolvidos, os gêneros dos projetos abrangem diversas categorias, cada uma delas associada a tipos específicos de produtos. Essas categorias incluem Produção Impressa, que abrange produtos como jornal, revista e livro-reportagem; Produção Audiovisual, que inclui telejornal, documentário e programa de televisão; Produção Radiofônica, que engloba programa especial, radiojornal e documentário; Foto-Documentário/Foto-Reportagem, que se refere ao livro-reportagem em fotografia; Webjornalismo, que envolve jornal digital, web-TV e web-rádio; e Plano de Assessoria em Comunicação, que se concentra no planejamento global de comunicação (Universidade Federal de Goiás, 2020).

Figura 4 – Dashboard Distribuição dos Produtos por Gêneros



Fonte: Elaborado pelo autor

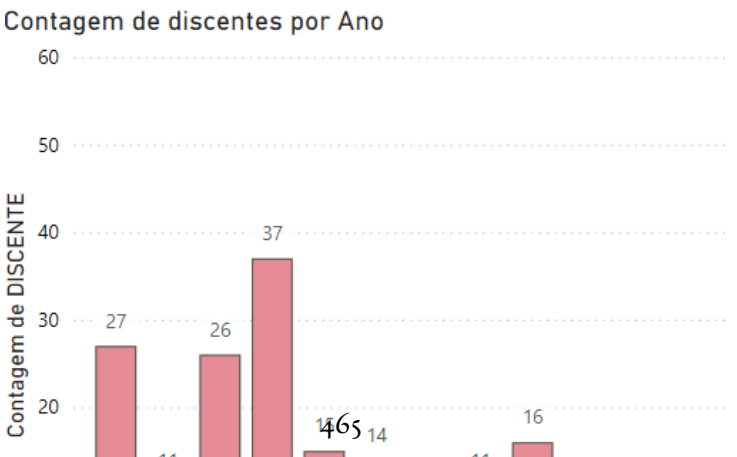
O dashboard acima apresenta a seguinte distribuição quantitativa dos produtos desenvolvidos:

1. Livro-Reportagem: 46
2. Documentário: 22
3. Plano Global de Comunicação: 18
4. Revista: 18
5. Livro-Reportagem em Fotografia: 10
6. Jornal Digital: 4
7. Radiojornal: 4
8. Programa de Televisão: 2
9. Jornal: 1
10. Site: 1
11. Telejornal: 1

Percebe-se, portanto, a predominância do Livro-Reportagem e do Documentário por parte dos discentes e Jornal, Site, e Telejornal, refletem áreas com menor exploração no escopo dos projetos experimentais.

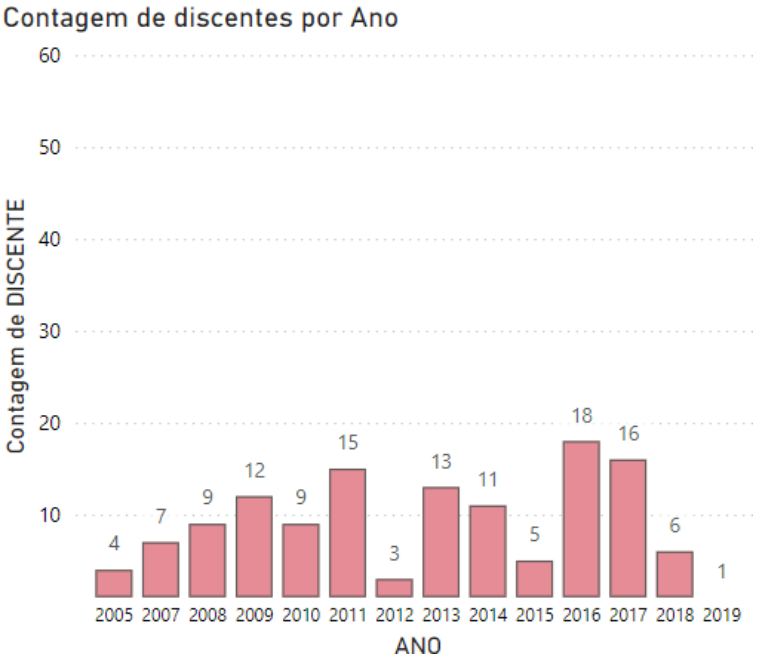
O próximo dashboard apresenta uma análise detalhada da distribuição anual de discentes que optaram por desenvolver monografias ou projetos experimentais no período de 2005 a 2019 - os quais tivemos acesso. Utilizando um filtro interativo, é possível selecionar o tipo de trabalho acadêmico de interesse, o que permite uma melhor compreensão e objetiva das tendências ao longo dos anos, conforme demonstram as figuras 5 e 6 a seguir.

Figura 5 – Contagem de Discentes por Ano (Monografias)



Fonte: Elaborado pelo autor

Figura 6 – Contagem de Discentes por Ano (Projetos Experimentais)



Fonte: Elaborado pelo autor

Posteriormente, desenvolveu-se uma nuvem de palavras com as mais recorrentes nos títulos, conforme ilustra a figura abaixo:

Figura 7 – Nuvem de palavras



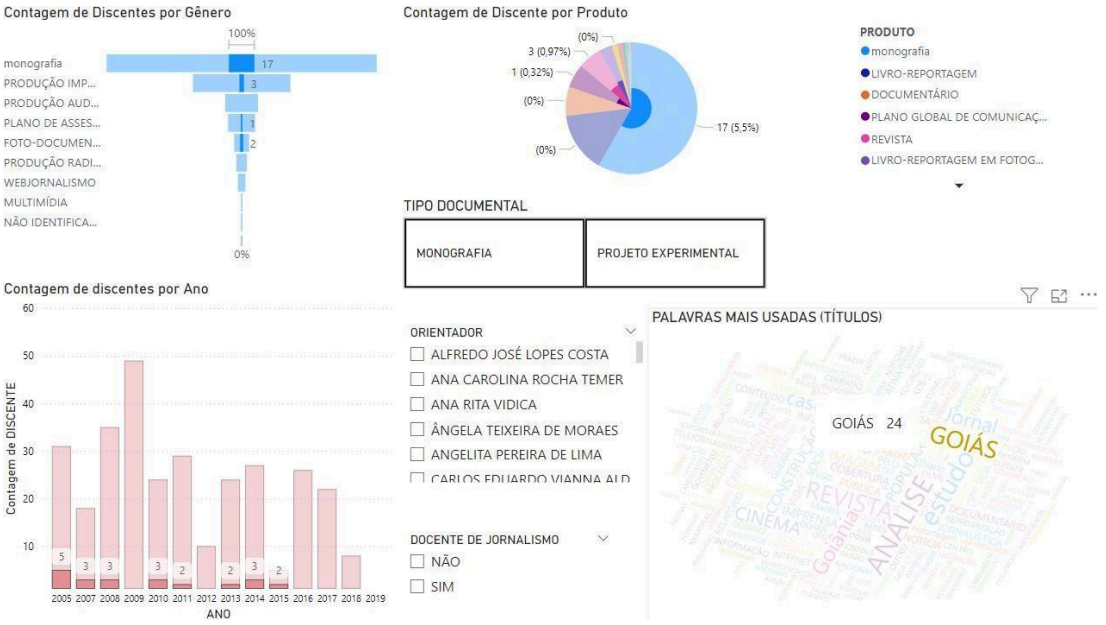
Fonte: Elaborado pelo autor

Por fim, através do filtro que permite selecionar os nomes dos orientadores, é possível obter uma análise detalhada que revela a quantidade de trabalhos de conclusão de curso (TCCs) que orientaram, o tipo de trabalho (monografia ou projeto experimental) e o ano em que foram realizados. Ao ativar a opção 'Sim' no filtro 'Docente de Jornalismo', a lista de orientadores se restringe apenas àqueles que são efetivos no curso de Jornalismo.

O processo de exploração dos dados é revelador quando realizado individualmente, no entanto, a combinação de múltiplas dimensões oferece uma compreensão mais aprofundada. Visto que, ao cruzar informações de diferentes fontes e filtros, proporciona-se uma visão mais completa e contextualizada.

Para ilustrar essa abordagem, consideremos um exemplo - ilustrado abaixo -, utilizando a nuvem de palavras. Quando a palavra "Goiás" é selecionada, observa-se que há 24 trabalhos com essa palavra no título. Dentre esses 24 trabalhos, 17 são monografias e 7 são projetos experimentais. A categorização dos projetos experimentais revela que 3 são da categoria ‘Produção Impressa’; 2 de ‘Foto-Documentário’ e 1 de ‘Plano de Assessoria em Comunicação’. Tais dados são visualizados através do gráfico de funil, que detalha a distribuição dos tipos de trabalho. Além disso, a análise temporal desses trabalhos mostra a seguinte distribuição por ano: 5 trabalhos de 2005; 3 de 2007; 3 de 2008; 3 de 2010; 2 de 2011; 2 de 2013; 3 de 2014; e 2 de 2015.

Figura 8 – Exemplo Painel Completo



Fonte: Elaborado pelo autor

Essas observações evidenciam como a integração de diferentes tipos de dados, como as categorias de trabalhos e a distribuição anual, permite uma análise mais rica e detalhada. A capacidade de cruzar essas informações não só aprimora a compreensão dos dados, mas também possibilita a identificação de padrões e tendências relevantes para a pesquisa acadêmica.

CONCLUSÃO

Pretendia-se, com este trabalho, o desenvolvimento de um painel de dashboards interativos, a fim de fornecer uma ferramenta estratégica para servir como uma ferramenta de apoio à decisão, acessível mesmo àqueles que não possuem familiaridade prévia com a plataforma utilizada, além de, após futura adição de dados, ser disponibilizada à comunidade acadêmica. Embora o painel tenha sido utilizado para analisar os dados disponíveis, é importante destacar que, devido ao tempo limitado de execução do estudo e a indisponibilidade de todos os trabalhos de conclusão de curso (TCCs) produzidos ao longo do período, não foi possível integrar a totalidade dos dados. Além disso, alguns dados foram irremediavelmente perdidos devido à deterioração dos CDs onde estavam armazenados, o que impossibilitou a inclusão completa de todas as produções acadêmicas.

Portanto, os resultados apresentados neste estudo não refletem integralmente a realidade dos TCCs produzidos ao longo do tempo. No entanto, o painel foi desenvolvido com a finalidade de ser continuamente alimentado com novos dados, permitindo um aprimoramento progressivo da precisão dos resultados à medida que forem inseridas. Essa característica possibilita, portanto, que o painel se aproxime cada vez mais da realidade completa, oferecendo uma base mais sólida para futuras análises e decisões estratégicas.

Apesar das limitações enfrentadas, o painel demonstrou potencial para destacar informações significativas, como a distribuição da produção acadêmica ao longo dos períodos e as variáveis associadas ao desempenho docente. As visualizações proporcionaram uma compreensão mais ampla e contextualizada dos dados, revelando padrões e correlações relevantes. Assim, o painel está preparado para evoluir e se tornar uma ferramenta de valor para a gestão acadêmica, conforme novos dados forem integrados.

REFERÊNCIAS

FAYYAD, Usama; PIATETSKY-SHAPIRO, Gregory; SMYTH, Padhraic. **From Data Mining to Knowledge Discovery in Databases**. AI Magazine, v. 17, n. 3, 1996.

FERREIRA, Júlio César; ROZA, Carla Regina Mazia; STEINER, Maria Teresinha Arns. Knowledge Discovery in Database e Data Mining: uma contribuição bibliométrica. In: XXXVIII Encontro Nacional de Engenharia de Produção, 2018, Maceió, Alagoas, Brasil. **Anais**... Maceió: [s.n.], 2018. Disponível em: <https://abepro.org.br/biblioteca/TN_STO_263_509_36492.pdf>. Acesso em: 22 de jul. de 2024.

NOBRADE**. Padrões de metadados arquivísticos**. Brasília: Arquivo Nacional, 2019.

SAYÃO, Luís Fernando. **Uma Outra Face dos Metadados: Informações para a Gestão da Preservação Digital**. R. Eletr. Bibliotecon. Ci. Inf., Florianópolis, v. 15, n. 30, p. 1-31, 2010.

UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS. **Resolução CONSUNI/CEPEC/CC Nº 02/2013 (Reeditada com as alterações introduzidas pela Resolução CONSUNI-CEPEC-CC/UFG Nº 01, de 29 de janeiro de 2021)**. Resolução. Disponível em: <https://files.cercomp.ufg.br/weby/up/1/o/Resolucao_TresConselhos_2013_0002R.pdf>. Acesso em: 15 jul. 2024.

UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS. **Regulamento de Trabalho de Conclusão de Curso**. Regulamento. 2020. Disponível em: <https://files.cercomp.ufg.br/weby/up/254/o/REGULAMENTO_TCC_JORNALISMO_2020-atualizando_site_2023.pdf>. Acesso em: 15 jul. 2024.

ROSA, Carla Regina Mazia**. Uma metodologia para a descoberta de conhecimento em bases de dados visando a classificação de padrões**. 2017. Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2017. Disponível em: <https://archivum.grupomarista.org.br/pergamumweb/vinculos/00009b/00009be4.pdf> Acesso em: 20 ago. 2024.

VERGARA, Sylvia Constant**. Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. 16. ed. São Paulo: Editora Atlas S.A., [s.d.]. Disponível em: <https://saladeaulavirtual.com/portalAlunoV2/storage/app/public/recursos_arquivos/628515_livro-projetos-e-relatorios-de-pesqui-sylvia-constant-vergara.pdf>. Acesso em: 20 jul. 2024.

O(s) autor(es) é(são) responsável(is) pela fidedignidade dos dados apresentados.

GESTÃO DOCUMENTAL DE TCCs: AÇÕES NA COORDENAÇÃO DO CURSO DE JORNALISMO FIC/UFG

Yasmin Marie Ishizuka de Rezende[1]
Jessica Santos Nascimento
[2]Katia Kelvis Cassiano[3]

RESUMO

Este trabalho aborda a gestão e organização dos Trabalhos de Conclusão de Curso (TCC) de Jornalismo da Universidade Federal de Goiás, integrando contribuições em análise de dados. Propõe-se um processo de preservação documental físico e digital dos TCCs, com digitalização e categorização, visando garantir a integridade e acessibilidade dos dados. As atividades buscam otimizar o espaço físico da coordenação, facilitar a recuperação da informação e preservar a memória institucional.

Palavras-chave: Gestão de Documentos; Trabalhos de Conclusão de Curso; Preservação digital; Memória Institucional; Recuperação da Informação.

DOCUMENT MANAGEMENT OF THESES: ACTIONS IN THE COORDINATION OF THE JOURNALISM PROGRAM AT FIC/UFG

ABSTRACT

This work addresses document management and organization of the undergraduate theses (TCCs) in the Journalism program at the Federal University of Goiás. It was conducted in co-authorship, with an additional focus on contributions in the field of data analysis. Specifically, the main contribution of this work was to propose a process for preserving the physical and digital TCC documents through digitization and categorization procedures. The activities aimed to ensure the integrity and accessibility of data, providing a solid foundation for subsequent analysis. Additionally, the project sought to optimize the physical space in the coordination office, improve information retrieval, and preserve institutional memory.

Keywords: Document Management; Final Year Projects; Digital Preservation; File Organization; Document Accessibility.

INTRODUÇÃO

O presente trabalho foi desenvolvido na Faculdade de Informação e Comunicação (FIC) da Universidade Federal de Goiás (UFG), mais especificamente na Coordenação do curso de Jornalismo, reconhecido pelo Ministério da Educação (MEC) em 1975- e tem como missão formar jornalistas com competências críticas, técnicas e éticas, capacitados para atuar em uma sociedade plural e complexa -, segundo o Projeto Pedagógico do Curso, essa formação:

> [...] capacita o egresso a atuar como produtor intelectual e agente da cidadania,

[1] Graduanda em Gestão da Informação, Universidade Federal de Goiás, yasminishizuka7@gmail.com.
[2] Graduanda em Gestão da Informação, Universidade Federal de Goiás, jessicasn2001@gmail.com.
[3] Doutora em Engenharia de Sistemas e Computação (UFRJ), Professora Adjunta da Faculdade de Informação e Comunicação (UFG), katiakelvis@ufg.br.

> dando conta da complexidade e do pluralismo característicos da sociedade e da cultura contemporâneas (Universidade Federal de Goiás, 2019, p. 10).

Os Trabalhos de Conclusão de Curso (TCCs) possuem grande relevância nesse processo formativo, sendo a culminação do aprendizado teórico e prático dos discentes, ou seja, permitem a aplicação de conhecimentos adquiridos ao longo da graduação, consolidando habilidades acadêmicas e profissionais. Conforme o Regulamento do Curso:

> [...] compreende-se por TCC a atividade acadêmica elaborada pelo discente como expressão do conjunto de conhecimentos, habilidades e competências construídos ao longo da graduação (Universidade Federal de Goiás, 2020, p. 1).

Neste contexto, a gestão documental dos TCCs é uma prática importante para assegurar a preservação e acessibilidade desses documentos, garantindo sua integridade ao longo do tempo. O objetivo deste projeto foi implementar processos de organização e digitalização dos TCCs, assegurando que a produção intelectual dos discentes seja registrada de forma adequada. Basear-se em normas de gestão documental, como o E-Arq Brasil, é crucial para garantir boas práticas. A gestão de documentos "[...] deve assegurar a preservação dos documentos, proporcionando acesso contínuo e confiável às informações" (E-Arq Brasil, 2013, p. 15).

Ao adotar práticas de preservação digital, o projeto visa não só otimizar o espaço físico da coordenação, mas também promover a memória institucional da UFG, disponibilizando a produção acadêmica para futuras consultas

> A informação é um recurso para a ação política do sujeito social que transforma estruturas mentais e sociais, pois possibilita aos sujeitos sociais a criação de novos estados de conhecimento (Lima; Cunha, 2017, p. 2).

Assim, a gestão eficiente desses documentos contribui para a continuidade do conhecimento e facilita o acesso aos materiais de referência para pesquisadores, alunos e docentes.

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Este trabalho é um relato de experiência para obtenção de conhecimento, se caracteriza como de natureza qualitativa, uma vez que foca no processo de organização e gestão documental dos Trabalhos de Conclusão de Curso (TCCs) da Faculdade de Informação e Comunicação da Universidade Federal de Goiás (UFG). O estudo tem caráter exploratório-descritivo, centrado na identificação e implementação de procedimentos para a preservação

e recuperação de documentos físicos e digitais, sem o desenvolvimento de uma análise aprofundada dos dados coletados.

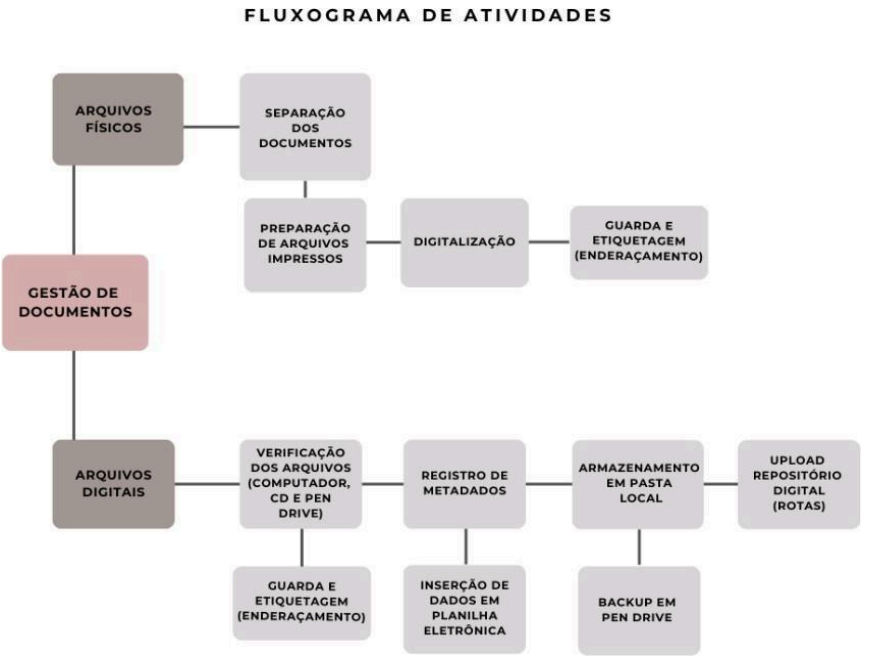
O método utilizado foi o de pesquisa documental e as etapas de coleta de dados incluíram a digitalização, verificação e catalogação de mídias físicas e digitais, utilizando-se de técnicas de higienização e sistematização de documentos. Procedeu-se à verificação das mídias físicas (CDs, fi tas VHS, disquetes) para garantir que o conteúdo fosse corretamente preservado e registrado.

Houve, além disso, a preparação e organização das informações para um uso futuro, mas sem a realização de uma análise detalhada. A catalogação foi feita por meio da coleta de metadados relevantes, o que incluiu a classificação dos TCCs por tipo documental, ano de produção e nome do discente, buscando garantir - por meio dos métodos adotados - a integridade e a acessibilidade dos arquivos digitalizados.

DESENVOLVIMENTO

As atividades tiveram foco na gestão de documentos de TCCs gerados pelo curso de Jornalismo, incluindo a sua organização física e digital e no levantamento sistemático de dados oriundos de tais processos. Adicionalmente, a análise descritiva exploratória desse conjunto pode revelar tendências e mudanças nas áreas de interesse, métodos de pesquisa e desenvolvimento acadêmico, refletindo a evolução do curso e da instituição. Tal perspectiva histórica e analítica, portanto, é crucial para identificar padrões, avaliar o impacto das políticas educacionais e orientar futuras direções acadêmicas.

Figura 1 - Fluxograma de Atividades



Fonte: Elaborado pelo autor

Convém acrescentar que, concomitantemente à realização dessas atividades de gestão dos documentos, também se desenvolveu a análise dos dados levantados durante o projeto, realizada pela coautora. Além disso, as duas abordagens foram desenvolvidas em comum acordo e de forma cooperativa, previamente discutidas e planejadas em conjunto, conforme as demandas estabelecidas pela coordenadora do curso de Jornalismo - que identificou a necessidade de implementação da gestão dos documentos advindos do curso - com foco imediato na organização dos Trabalhos de Conclusão de Curso.

ORGANIZAÇÃO DOS DOCUMENTOS

A organização dos arquivos foi realizada em duas frentes: documentos digitais e físicos.

ARQUIVOS DIGITAIS E VERIFICAÇÃO DE MÍDIAS

Para metodizar a manipulação dos documentos, considerou-se o Regulamento de Trabalho de Conclusão de Jornalismo, que classifica as produções em Monografia e Projeto Experimental:

> Art. 8° [...] consiste em um trabalho escrito de caráter científico, resultante da busca pela compreensão de uma questão-problema construída pelo discente a partir de investigações de temas relacionados às áreas de conhecimento do Jornalismo (p. 5).

> Art. 10. [...] é um trabalho prático de cunho jornalístico cujo produto acompanha um relatório científico que apresentará o projeto proposto, os pressupostos teóricos e metodológicos que balizam o produto realizado, bem como a avaliação do processo de elaboração e os resultados alcançados. (p.8).

Diante disso, um dos computadores disponibilizados para a realização das tarefas continha armazenado alguns trabalhos de forma desordenada, além disso suas respectivas versões em mídia física estavam "perdidas" entre todos os outros, dificultando seu acesso e recuperação. Foi preciso, sob essa perspectiva, conferir os CDs e verificar se já havia alguma cópia armazenada no computador.

Ao final de cada verificação, os CDs foram categorizados - para posterior gerenciamento físico - e nos casos em que os arquivos ainda não haviam sido copiados, foi necessário criar uma pasta. Nesse caso, seguiu-se o mesmo método de sistematização em ambos:

- Monografia ou Projeto Experimental
    - Ano de Produção
        - Nome do Aluno

Para além, vale evidenciar que, na Ciência da Informação, o suporte da informação significa o produto utilizado para o armazenamento das informações, podendo conter dados como documentos, imagens, vídeos, entre outros, conforme aponta Monte (2003). Com a popularização da informática, esses produtos passaram a ser chamados de mídias ou dispositivos de armazenamento.

Apesar de haver documentos de TCC armazenados em pendrive, fita VHS e disquete, o principal suporte utilizado para tal função foi o CD-ROM. Isto posto, é importante destacar que essas mídias são suscetíveis à corrupção devido a danos em seus componentes. O processo de verificação e transferência dos documentos, portanto, visou eliminar a dependência dos CDs, cuja fragilidade pode resultar em perdas irreparáveis dos trabalhos e dos respectivos produtos associados.

Além disso, concomitantemente às verificações, foi feita a catalogação de dados em uma planilha eletrônica - visando a geração de um painel visual com as informações pertinentes à coordenação -, contendo os seguintes metadados: Curso; Ano; Tipo Documental; Gênero; Produto; Título do Trabalho; Autorização; Orientador; Discente; Salvo em PDF; Observação.

ORGANIZAÇÃO DOS DOCUMENTOS FÍSICOS

Em relação aos documentos impressos, foi necessário verificar diversas pastas para separar os papéis que seriam posteriormente digitalizados. A coordenadora do curso nos apresentou os armários onde estavam os trabalhos, e foi necessário verificar todos os armazenados. Durante a verificação e categorização dos documentos, encontramos: Atas; Termos de Depósito Provisório; Termos de Depósito Definitivo; Termos de Aceite de Orientação de TCC; Autorizações de Divulgação de TCC; Trabalhos Finais de TCC 1 e Documentos de Estágio.

Cada grupo de documentos foi separado e realocado para posterior destinação conforme as necessidades da coordenação. Além disso, os papéis foram etiquetados para facilitar a identificação e consulta. No caso dos TCCs, a etiquetagem foi realizada com base na classificação do tipo documental e ano de produção correspondente.

A organização dos papéis garante um melhor aproveitamento do espaço físico destinado à coordenação, além de evitar a perda de informações relevantes para o curso de Jornalismo e agilizar sua recuperação

No que tange à verificação e categorização dos CDS, houve também a etapa de organização desse material em caixas devidamente identificadas. Assim, conforme examinado foram separadas em blocos de acordo com seu ano de produção. Posteriormente, foram divididas em duas caixas de acordo com seu Tipo Documental, em cada uma há blocos separados por rótulos de papel, sendo branco para “Monografias” e azul para “Projetos Experimentais” - visando a diferenciação imediata dos dois produtos, de forma a facilitar a classificação visual dos arquivos - e na parte externa há uma lista com todas as datas (ano) guardadas.

INSERÇÃO DE DADOS EM PLANILHA ELETRÔNICA

É importante ressaltar que a gestão de documentos envolve também a gestão de metadados, que podem ser considerados como:

> Dados codificados e estruturados que descrevem características de elementos informacionais para auxiliar na identificação, localização, avaliação e gestão das entidades descritas [...] São, portanto, de fundamental importância para a garantia da capacidade testemunhal dos documentos de arquivo (Rondinelli, 2002, p. 60).

Dito isso, os metadados arquivísticos são fundamentais para a gestão e preservação de documentos, conforme estabelecido nas normas de descrição arquivística, como ISAD(G)

e NOBRADE, que enfatizam a importância da identificação, contextualização e descrição dos documentos.

Quadro 1 - Contextualização de Metadados

METADADO	**CONFORMIDADE**
CURSO	Relevante, mas não mencionado como obrigatório; facilita a identificação do contexto acadêmico.
ANO DE PRODUÇÃO	Essencial para a identificação temporal, obrigatório segundo a norma NOBRADE.
TIPO DOCUMENTAL	Recomendada, embora não obrigatória, sua inclusão facilita a recuperação da informação.
GÊNERO	Não obrigatório, mas sua inclusão pode enriquecer a descrição e facilitar a busca
PRODUTO	Útil para a compreensão do propósito do documento, não obrigatório.
TÍTULO DO TRABALHO	Obrigatório conforme as normas, fornece uma referência clara ao conteúdo do documento.
AUTORIZAÇÃO	Crucial para a gestão de acesso; recomendada para garantir que os usuários estejam cientes das condições de uso.
ORIENTADOR	Prática recomendada, mas não obrigatória; ajuda a contextualizar o documento.
DISCENTE	Obrigatório para a atribuição de autoria.
SALVO EM PDF	Não é considerado um metadado arquivístico, mas relevante para questões técnicas.
OBSERVAÇÃO	Notas adicionais podem ser úteis, mas não são obrigatórias.

Fonte: Elaborado pelo autor

Assim, como se pode perceber, os metadados registrados em planilha nesse primeiro momento, não seguiram à risca as obrigatoriedades da normativa, tendo em vista que foram organizados conforme conveniente para controle interno e visavam uma posterior análise. Ainda, a inclusão de metadados adicionais - não obrigatórios - pode enriquecer a descrição, e

ao coletar metadados adequados, é possível garantir que os documentos sejam facilmente acessíveis e compreensíveis, facilitando o trabalho de indexação:

> [...] componente essencial da gestão de documentos, a indexação permite que os usuários localizem rapidamente a informação necessária, facilitando a recuperação e o uso eficaz dos documentos arquivísticos (Bantin, 2008, p.10).

Para isso, é essencial que os metadados sejam coletados de maneira sistemática e padronizada, então para dar segmento ao trabalho, sugere-se considerar:
i) Identificação do Documento: título do trabalho; ii) Informações do Autor: nome do autor, matrícula e orientador; iii) Contexto de Produção: data da defesa, curso, instituição e ano de produção; iv) Descrição do Documento: resumo; palavras-chave; v) Características Jurídicas/Temporais: cobertura, idioma e vi) Condições de Uso: Termos de Autorização de Uso e Condições de Acesso.

DIGITALIZAÇÃO DO MATERIAL

Os procedimentos do processo de digitalização envolveram a seleção e preparação dos documentos impressos a serem convertidos:

1) Higienização dos documentos:

a) Remoção de post-its, clipes, grampos e espirais (grande parte dos trabalhos encontram-se encadernados com capa e espiral)
a) Limpeza de poeira, remoção de sujeiras, desamassamento de folhas dobradas ou amassadas

2) Digitalização:

a) Utilização do scanner Panasonic KV-S1025C
a) Software Capture Plus (Standard)
b) Configuração do scanner para alta resolução e qualidade de imagem, sendo no mínimo 300 DPI - para cada polegada do arquivo, sua versão digitalizada terá 300 pixels - conforme exigência mínima do Decreto Federal 10.278/2020.
c) Verificação da qualidade dos arquivos digitalizados, recorte de páginas para remoção de inconsistências na borda das folhas ou possíveis falhas

Tendo em vista que, conforme o Manual de Procedimentos de Digitalização:

> O processo de captura digital da imagem deverá ser realizado com o objetivo de garantir o máximo de fidelidade entre o representante digital gerado e o documento original (CGDI/SGA/AGU, p. 17).

Após a digitalização, os documentos foram organizados em pastas de acordo com a sistematização estabelecida, e os metadados foram coletados para assegurar a integridade e facilitar futuras consultas.

SEPARAÇÃO DE ARQUIVOS EM SUPORTES DEFASADOS

Com a finalidade de acessar os arquivos armazenados em mídias obsoletas, foi realizada uma separação e análise destas, identificou-se, assim, 20 fitas VHS e 30 disquetes. Contudo, a obsolescência do hardware necessário para a leitura desses suportes representa um desafio para a realização da tarefa, uma vez que encontrar esses dispositivos é algo incomum. Nenhum dos computadores disponíveis possuía leitores de disquete funcionais, e, também, não havia um leitor de fitas VHS. O cronograma previa a busca de soluções para acessar essas mídias, contudo, devido à greve dos Técnicos Administrativos (TAEs), não foi possível contar com assistência externa. Essa parte, portanto, para um momento mais oportuno.

Figura 2 - Possíveis Trabalhos de Conclusão de Curso em VHS



Fonte: Fotografado pelo autor

Em situações de obsolescência tecnológica, existe a possibilidade de utilizar a emulação para a leitura de mídias obsoletas. A emulação é uma estratégia operacional baseada no uso de um software de tecnologia atual denominado emulador, o qual possibilita simular as funcionalidades de plataformas de hardware e/ou software que se tornaram inacessíveis devido à falta de compatibilidade ocasionada pela obsolescência (Lopes, 2008; Saramago, 2002). No entanto, devido à falta de recursos - incluindo o tempo - e à ausência de experiência necessária, não foi possível realizar esse procedimento.

BACKUP DE SEGURANÇA

Apesar de os documentos estarem armazenados localmente em computadores, é essencial realizar um backup (cópia de segurança) para prevenir a perda de arquivos. Essa perda pode ocorrer devido a diversas causas, como obsolescência de hardware ou software, corrupção da mídia de armazenamento, questões ambientais, falhas no computador que abriga os documentos, entre outros fatores. Ainda, a guarda de documentos digitais em sistemas gerenciadores pode acarretar perda caso esse sistema venha a ser descontinuado, logo, é importante ter outras formas de acesso que não dependam exclusivamente do sistema. A realização de backups é, portanto, crucial para evitar perdas de dados que podem ser irreparáveis.

Na ausência dos recursos apropriados, foram utilizadas cópias de segurança em *pendrives*, que, embora sejam uma solução temporária, apresentam desvantagens significativas. Os *pendrives* são mídias mais suscetíveis a danos e falhas, o que compromete a confiabilidade da guarda. Ainda, é importante que seja feita a migração para novas mídias quando há intenção de se manter o arquivo, tendo em vista que todas são suscetíveis à corrupção, e esse procedimento evita a perda de informações.

A preservação digital pode ser definida como a atividade que objetiva garantir o acesso à informação em meio digital, efetuando a manutenção de sua integridade e autenticidade. Esta informação registrada, documento, deverá ser interpretada por plataformas tecnológicas desconhecidas, mas existentes no futuro. Ou seja, a plataforma futura será diferente daquela utilizada no momento de criação do documento (CONARQ, 2004; Ferreira, 2006).

RESULTADOS

Nesta seção segue a apresentação dos resultados obtidos com as implementações realizadas.

VERIFICAÇÃO DOS DOCUMENTOS E PRESERVAÇÃO DIGITAL

Para realizar a verificação dos CDs, foi preciso organizar todas as mídias que estavam ao acaso em 2 caixas presentes na sala da coordenação. Nessa caixa, todavia, havia CDs que continham outros arquivos que não correspondiam aos TCCs de Jornalismo, como gravação de programas jornalísticos, 28 arquivos do curso de Publicidade e Propaganda, 9 de Relações Públicas e documentos de Mestrado de docentes, por exemplo. No caso dos arquivos presentes em *pendrive*, foi feita a separação dos que correspondiam ao documento alvo do trabalho e posteriormente foi realizada sua posterior leitura e categorização.

Ainda, dentre os CDs, 23 continham arquivos diversos, que foram devidamente identificados e guardados, além de 11 que apresentaram erros - o que impossibilitou sua visualização, evidenciando que:

> [...] como a mídia se degrada ao longo do tempo, deve-se migrar ou copiar os documentos digitais contidos em um determinado suporte para outra mídia mais atual. (Curso de Bacharelado em Biblioteconomia na Modalidade a Distância, 2023, p.15).

Dito isso, a migração é uma prática essencial na preservação de documentos, uma vez que as mídias físicas, como CDs e disquetes, apresentam fragilidade, principalmente quando armazenadas por longos períodos sem o devido cuidado.

Além disso, foram encontrados 30 arquivos em formato editável, o que pode ter sido ocasionado por falta de recursos tecnológicos na época de sua produção ou por desatenção à segurança da informação. Destaca-se que os documentos devem ser submetidos em formato não editável, com a finalidade de não atravancar a segurança da informação, pois a integridade dos documentos - que visa assegurar que o conteúdo não foi alterado após sua assinatura - é colocada em risco quando há a possibilidade de mudar qualquer parte do conteúdo, comprometendo sua autenticidade.

Tendo isso em vista, nos casos em que os arquivos foram encontrados nesse formato, foi realizada a mudança de Word (editável) para PDF. Vale destacar que o PDF/A (Formato de Documento Portátil para Arquivamento), foi desenvolvido pela Adobe Systems como um subconjunto do formato anteriormente citado, e foi publicado em 2005 - como a norma ISO 19005 - para padrão de arquivamento quando há intenção de preservação a longo prazo (Martins, 2012). No entanto, embora não seja o formato ideal para preservação de documentos, o trabalho inicial desenvolveu-se por meio das conversões para PDF devido a falta de internet no dispositivo, que seria necessária para realizar a conversão

simultaneamente à conferência. Assim, o método inicial foi adotado como medida temporária, com a recomendação de conversão posterior para o formato mais adequado, para garantir a conformidade com as normas internacionais de arquivamento.

Além disso, sob a perspectiva de assegurar que se mantivessem restritos, foi criada uma senha de controle de acesso para os documentos digitais, garantindo que apenas usuários autorizados pudessem visualizar e modificar os arquivos.

EXPECTATIVA DE ARMAZENAMENTO EM REPOSITÓRIO DIGITAL

O repositório digital ROTAS, pertencente à UFG, foi identificado como a plataforma ideal para o armazenamento permanente e acessível dos TCCs digitalizados. Essa ferramenta tecnológica, que promove a preservação e disponibilização da produção acadêmica, é fundamental para garantir o acesso democrático e seguro a esses documentos (Almeida et al., 2019).

A escolha do repositório, portanto, foi baseada nas necessidades e requisitos apresentados pela coordenadora do curso, que priorizava um sistema de fácil uso e manutenção, além de fortalecer a própria instituição e ser usado por outros cursos componentes da mesma Faculdade. Embora o uso do sistema tenha sido solicitado, o processo de liberação ainda estava pendente, o que impediu a inclusão imediata dos arquivos. Adicionalmente, algumas modificações e configurações no software ainda são necessárias para que essa etapa do processo possa ser iniciada.

Ainda, convém acrescentar que do painel desenvolvido pela análise de dados foca na categorização dos tipos de produção. No entanto, as necessidades informacionais podem evoluir, e a análise de dados deve adaptar-se a essas mudanças. Em conformidade com alinhamento entre a orientadora Kátia e o responsável pelo sistema ROTAS, pode ser feita a criação de uma página específica para o curso de jornalismo, posterior a alinhamentos visando garantir que os sistemas se comuniquem de forma eficaz para evitar inconsistências.

Para assegurar a integridade do sistema, é essencial estabelecer uma metodologia de validação que inclua a detecção de duplicações, isso pode ser feito através da verificação dos formandos de cada ano por meio das matrículas, permitindo a identificação de possíveis perdas de trabalhos. Os documentos de TCC referentes aos anos de 2020 a 2024 já estão em formato digital e requerem apenas gestão e cópias de segurança adequadas. A fim de garantir a organização e integridade desses dados, é necessário implementar um plano de

contingência que inclua métodos de backup mais seguros e o armazenamento de mais de uma cópia de segurança, considerando que devem ser armazenadas em locais fisicamente distante dos backups originais, simultaneamente à avaliação da integridade estimada das mídias, para que se possa fazer a migração de dados para evitar a obsolescência das tecnologias.

Ademais, de acordo com a coordenadora e Jornalista Solange Franco, o curso de Jornalismo teve sua primeira turma em 1968, mas não há registros de TCCs anteriores a 2005. É provável, portanto, que os documentos anteriores tenham sido descartados sem cópias disponíveis, por ausência de gestão adequada.

Atualmente, as monografias (e os devidos Termos de Aceite de Disponibilização) são enviadas para a Biblioteca Central da UFG e os projetos experimentais, que representam um esforço significativo dos alunos – incluindo produções fotográficas e audiovisuais, por exemplo - não são armazenados, nem seus respectivos produtos. Sob essa perspectiva, há uma grande perda de produções relevantes para a área e é importante considerar que esse tipo de trabalho tem grande recorrência dentre os TCCs do curso.

Assim, um relatório do Sistema de Bibliotecas (SIB) pode ser obtido para alimentar o sistema e o painel criado, considerando necessário validar o nome dos autores para evitar duplicações entre os trabalhos manipulados neste projeto e aqueles que já estão na biblioteca. Além disso, outra sugestão é a criação de um modelo de metadados que siga conformidade para que os próprios alunos possam subir seus arquivos no repositório, mediante ao estabelecimento de perfis de acesso. A inclusão de um formulário direto no sistema tornaria o método mais prático, permitindo que a coordenação apenas validasse os registros, reduzindo o trabalho e otimizando o processo. Assim, o sistema seria alimentado automaticamente, integrando o ROTAS e o painel criado. Ainda, é importante destacar que esse processo deve estar alinhado às normas e do curso e da Universidade.

DESAFIOS TECNOLÓGICOS

Durante o decorrer do processo, surgiram alguns desafios tecnológicos referentes tanto à infraestrutura disponível quanto à obsolescência de suportes de armazenamento. Tendo isso em vista, foram encontrados arquivos registrados em fita VHS, disquetes e CD-ROMs, todos suportes que apresentam riscos significativos de degradação e perda de informações, considerando a possibilidade de encontrarem-se danificados devido ao tempo e ao armazenamento inadequado:

> [...] a informação registrada pode ser perdida porque o meio no qual está registrada pode ter se deteriorado a ponto de ser inviável sua reprodução (Van Bogart, John W.C. p.22).

Logo, um dos maiores desafios foi a impossibilidade de acessar alguns desses documentos devido à ausência de equipamentos compatíveis para leitura desses suportes. É importante observar que não foi possível verificar o conteúdo dos disquetes para determinar sua relevância, então foram guardados em uma pasta com identificação para facilitar seu manejo. No caso das fitas VHS, 24 delas estavam identificadas com títulos que sugerem pertencer a outros tipos de arquivo, enquanto 6 delas possivelmente fazem parte do contexto aqui mencionado. Foram, assim, organizadas e etiquetadas para facilitar seu uso futuro, quando os recursos necessários para as acessar estiverem disponíveis.

Destarte, a obsolescência desses suportes de armazenamento foi um ponto crítico destacado por Van Bogart (2001), que aponta que mídias físicas, como CDs e VHS, têm um tempo de vida útil limitado e necessitam de migração para tecnologias mais recentes a fim de evitar a perda de informações. Em conformidade com essa recomendação, o processo de migração para mídias atuais foi iniciado, embora ainda não tenha sido concluído.

DIGITALIZAÇÃO DOS DOCUMENTOS

Ao fim do processo de digitalização, obteve-se o total de 29 documentos, sendo 18 Projetos Experimentais e 11 Monografias. É importante reafirmar que a digitalização foi realizada utilizando um scanner específico e seguiu as normas de resolução mínima exigidas para a preservação digital, garantindo a fidelidade das cópias digitais em relação aos documentos originais.

BACKUP E ARMAZENAMENTO EM REPOSITÓRIO DIGITAL

Durante a organização dos arquivos digitais dos Trabalhos de Conclusão de Curso (TCCs), foi essencial garantir a segurança e a preservação a longo prazo desses documentos. Como supracitado, a realização de backups é um passo crucial na preservação de dados digitais, evitando perdas irreparáveis causadas por falhas tecnológicas ou degradação de mídias de armazenamento.

Conforme abordado na literatura, a migração de dados para mídias mais seguras e a replicação dos arquivos em sistemas de backup são estratégias recomendadas para a preservação digital (Monte, 2003). A fita LTO (Linear Tape-Open) foi considerada como uma

solução potencial devido à sua alta durabilidade e capacidade de armazenamento, seguindo recomendações do Conselho Nacional de Arquivos (Conarq, 2023). No entanto, os backups foram feitos temporariamente em *pendrives*, devido à ausência de fitas LTO no momento.

Além do backup físico, a expectativa de armazenamento dos TCCs no repositório digital ROTAS da UFG foi um dos objetivos deste trabalho. Embora a plataforma ofereça um ambiente seguro e acessível, o processo de liberação do uso do sistema permaneceu pendente durante, o que impediu a disponibilização imediata dos arquivos. A migração para o repositório digital contribuirá significativamente para a democratização do acesso aos TCCs, conforme o conceito de repositórios digitais como espaços de memória institucional e disseminação de informações (Almeida et al., 2019).

De modo a garantir a segurança desses documentos no repositório, é necessário que todos os metadados essenciais sejam inseridos, bem como que o controle de acesso seja rigorosamente implementado. A escolha de um sistema de repositório digital alinhado com as normas de arquivamento garante a integridade dos dados, conforme preconizado por Ferreira (2006) e Van Bogart (2001), minimizando riscos de obsolescência tecnológica e degradação da mídia.

Para a liberação dos Trabalhos de Conclusão de Curso em repositório, é necessário não apenas o produto, mas também a assinatura do Termo de Autorização de Uso, os quais já foram devidamente localizados e separados para futura digitalização e inserção na pasta e sistema digital. Além disso, foram registrados por meio da planilha eletrônica, alguns dos principais metadados necessários para a disponibilização de arquivos, devidamente coletados conforme constava na folha de rosto dos trabalhos manipulados.

CONCLUSÃO

Por meio da sistematização dos documentos, foi possível otimizar o espaço físico e facilitar a ágil recuperação de informações, a fim de contribuir com a preservação da memória institucional e continuidade do conhecimento acadêmico. A separação e organização dos documentos físicos e digitais revelou a necessidade de uma gestão de documentos contínua, que vá além da organização inicial. Isto posto, os documentos precisam ser revisados conforme plano de classificação e a tabela de temporalidade, para assegurar que sejam devidamente descartados ou arquivados de acordo com seu ciclo de vida e relevância institucional, o que exige um esforço e interesse da coordenação com outras entidades. No

entanto, como o foco do estágio era exclusivamente os TCCs, e considerando o curto prazo e a limitação de recursos tecnológicos, a gestão adequada de toda a documentação não era viável, mas a organização foi um passo inicial para facilitar futuras manipulações.

Este processo também evidenciou a necessidade de adoção de novas tecnologias para a preservação de arquivos digitais, visto que suportes físicos, como CDs e fitas VHS, apresentaram riscos à integridade dos documentos.

Como já citado, foi feita uma análise de dados utilizando Python no Google Colab, resultando em um painel visual interativo que oferece uma visão detalhada das produções analisadas. É crucial, para manter o processo, assegurar a estrutura de catalogação por meio de metadados, incluindo a alimentação constante do sistema e a ampliação da base de dados, que deve ser vinculada ao repositório, permitindo que os usuários da página tenham acesso transparente e integrado ao acervo.

REFERÊNCIAS

ALECRIM, Emerson. **Scanners**. Disponível em: <http://www.infowester.com/scanners.php.> Acesso em: 06 ago. 2024.

ALMEIDA, I.R.; OLIVEIRA, B.M.J.F.; ROSA, M.N.B. **Repositórios digitais como espaços de memória e disseminação de informação**. Informação em Pauta, Fortaleza, v. 4, n. especial, p. 117-131, nov. 2019. Disponível em: <https://files.cercomp.ufg.br/weby/up/1/o/Resolucao_TresConselhos_2013_0002R.pdf>. Acesso em: 6 ago. 2024

ARELLANO, M. A. **Preservação de documentos digitais.** Ciência da Informação, Brasília, v. 33, n. 2, p. 15-27, maio/ago. 2004.

BANTIN, P. C. **Understanding data and information systems for recordkeeping**. New York: Neal-Schuman Publishers, 2008.

BRASIL. Biblioteca Nacional. **Digital preservation regional course**. Rio de Janeiro: BN, 2003. CD-ROM.

BRASIL. Ministério da Justiça. Arquivo Nacional. Conselho Nacional de Arquivos. **Recomendações para Digitalização de Documentos Arquivísticos Permanentes**. Disponível em: <https://www.gov.br/conarq/pt-br/centrais-de- conteudo/publicacoes/Diretrizes_digitalizacao 2021.pdf\>. Acesso em: 7 ago. 2024.

BRASIL. Ministério da Saúde. **Manual de Gestão de Documentos:** Metodologia para Implantação de Arquivo. 1. ed. Brasília, DF. Disponível em:

<https://bvsms.saude.gov.br/bvs/publicacoes/manual_gestao_documentos_metodologia_arquivo_1ed.pdf>. Acesso em: 6 ago. 2024.

Conselho Nacional de Arquivos (Brasil). **Diretrizes para implementação de repositórios arquivísticos digitais confiáveis (RDC-Arq)**. [recurso eletrônico] / Câmara Técnica Consultiva – Certificação de Repositórios Arquivísticos Digitais Confiáveis. 2. versão. – Dados eletrônicos (1 arquivo: 649 KB). Rio de Janeiro: Arquivo Nacional, 2023.

Curso de Bacharelado em Biblioteconomia na Modalidade a Distância. Bibliotecas Digitais. 2023. 19 p. PDF. Disponível em: <https://cesad.ufs.br/ORBI/public/uploadCatalago/10383614092023Aula_03-Bibliotecas-Digitais.pdf>. Acesso em: 7 ago. 2024.

História | FIC. Disponível em: <http://fic.ufg.br/n/8530-historia#:~:text=O%20curso%20de%20jornalismo%20foi%20reconhecido%20no%20dia%205%20novembro%20de%201975.&text=O%20curso%20de%20Rela%C3%A7%C3%B5es%20P%C3%BAblicas>. Acesso em: 9 ago. 2024.

LIMA, E. dos S.; PÉREZ, C. B.; SCHÄFER, M. B. Migração de suporte para a preservação de acervos fotográficos: estudo de caso no Arquivo Fotográfico do Curso de Arquivologia da UFSM. **Revista Sociais e Humanas**, v. 27, n. 1, p. 131–145, 2014. Disponível em: <https://revista.unitins.br/index.php/extensao/article/view/8428/4815>. Acesso em: 9 ago. 2024.

Manual de digitalização de documentos do Poder Judiciário / Conselho Nacional de Justiça. Brasília: CNJ, 2023.

MONTE, A. C**. A qualidade dos suportes da informação:** uma visão arquivística. 2003. Dissertação (Mestrado em Arquivologia) – Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, 2003.

NOBRADE. Padrões de metadados arquivísticos. Brasília: Arquivo Nacional, 2019.
Repositório Digital do MCTI - RDMCTI. Disponível em: <https://www.gov.br/mcti/pt-br/acesso-a-informacao/biblioteca/paginas/acervo-e-colecoes/repositorio-digital-do-mcti-rdmcti>. Acesso em: 8 ago. 2024.

Resolução CNJ nº 324/2020. Explicitadas nas seções 4.2 dos Manuais de Gestão Documental e de Gestão de Memória do Poder Judiciário (CNJ, 2021b; 2021c).

VAN BOGART, John W.C. **Armazenamento e manuseio de fitas magnéticas:** um guia para bibliotecas e arquivos / tradução de José Luiz Pedersoli Júnior; revisão técnica Clóvis Molinari Júnior, Ana Virginia Pinheiro, Dely Bezerra de Miranda Santos; revisão final Cássia Maria Mello da Silva, Lena Brasil. 2. ed. - Rio de Janeiro: Projeto Conservação Preventiva em Bibliotecas e Arquivos: Arquivo Nacional, 2001.

O(s) autor(es) é(são) responsável(is) pela fidedignidade dos dados apresentados.

GESTÃO DOCUMENTAL DE TCCs: AÇÕES NA COORDENAÇÃO DO CURSO DE JORNALISMO FIC/UFG

Yasmin Marie Ishizuka de Rezende[1]
Jessica Santos Nascimento
[2]Katia Kelvis Cassiano[3]

RESUMO

Este trabalho aborda a gestão e organização dos Trabalhos de Conclusão de Curso (TCC) de Jornalismo da Universidade Federal de Goiás, integrando contribuições em análise de dados. Propõe-se um processo de preservação documental físico e digital dos TCCs, com digitalização e categorização, visando garantir a integridade e acessibilidade dos dados. As atividades buscam otimizar o espaço físico da coordenação, facilitar a recuperação da informação e preservar a memória institucional.

Palavras-chave: Gestão de Documentos; Trabalhos de Conclusão de Curso; Preservação digital; Memória Institucional; Recuperação da Informação.

DOCUMENT MANAGEMENT OF THESES: ACTIONS IN THE COORDINATION OF THE JOURNALISM PROGRAM AT FIC/UFG

ABSTRACT

This work addresses document management and organization of the undergraduate theses (TCCs) in the Journalism program at the Federal University of Goiás. It was conducted in co-authorship, with an additional focus on contributions in the field of data analysis. Specifically, the main contribution of this work was to propose a process for preserving the physical and digital TCC documents through digitization and categorization procedures. The activities aimed to ensure the integrity and accessibility of data, providing a solid foundation for subsequent analysis. Additionally, the project sought to optimize the physical space in the coordination office, improve information retrieval, and preserve institutional memory.

Keywords: Document Management; Final Year Projects; Digital Preservation; File Organization; Document Accessibility.

INTRODUÇÃO

O presente trabalho foi desenvolvido na Faculdade de Informação e Comunicação (FIC) da Universidade Federal de Goiás (UFG), mais especificamente na Coordenação do curso de Jornalismo, reconhecido pelo Ministério da Educação (MEC) em 1975- e tem como missão formar jornalistas com competências críticas, técnicas e éticas, capacitados para atuar em uma sociedade plural e complexa -, segundo o Projeto Pedagógico do Curso, essa formação:

> [...] capacita o egresso a atuar como produtor intelectual e agente da cidadania,

[1] Graduanda em Gestão da Informação, Universidade Federal de Goiás, yasminishizuka7@gmail.com.
[2] Graduanda em Gestão da Informação, Universidade Federal de Goiás, jessicasn2001@gmail.com.
[3] Doutora em Engenharia de Sistemas e Computação (UFRJ), Professora Adjunta da Faculdade de Informação e Comunicação (UFG), katiakelvis@ufg.br.

> dando conta da complexidade e do pluralismo característicos da sociedade e da cultura contemporâneas (Universidade Federal de Goiás, 2019, p. 10).

Os Trabalhos de Conclusão de Curso (TCCs) possuem grande relevância nesse processo formativo, sendo a culminação do aprendizado teórico e prático dos discentes, ou seja, permitem a aplicação de conhecimentos adquiridos ao longo da graduação, consolidando habilidades acadêmicas e profissionais. Conforme o Regulamento do Curso:

> [...] compreende-se por TCC a atividade acadêmica elaborada pelo discente como expressão do conjunto de conhecimentos, habilidades e competências construídos ao longo da graduação (Universidade Federal de Goiás, 2020, p. 1).

Neste contexto, a gestão documental dos TCCs é uma prática importante para assegurar a preservação e acessibilidade desses documentos, garantindo sua integridade ao longo do tempo. O objetivo deste projeto foi implementar processos de organização e digitalização dos TCCs, assegurando que a produção intelectual dos discentes seja registrada de forma adequada. Basear-se em normas de gestão documental, como o E-Arq Brasil, é crucial para garantir boas práticas. A gestão de documentos "[...] deve assegurar a preservação dos documentos, proporcionando acesso contínuo e confiável às informações" (E-Arq Brasil, 2013, p. 15).

Ao adotar práticas de preservação digital, o projeto visa não só otimizar o espaço físico da coordenação, mas também promover a memória institucional da UFG, disponibilizando a produção acadêmica para futuras consultas

> A informação é um recurso para a ação política do sujeito social que transforma estruturas mentais e sociais, pois possibilita aos sujeitos sociais a criação de novos estados de conhecimento (Lima; Cunha, 2017, p. 2).

Assim, a gestão eficiente desses documentos contribui para a continuidade do conhecimento e facilita o acesso aos materiais de referência para pesquisadores, alunos e docentes.

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Este trabalho é um relato de experiência para obtenção de conhecimento, se caracteriza como de natureza qualitativa, uma vez que foca no processo de organização e gestão documental dos Trabalhos de Conclusão de Curso (TCCs) da Faculdade de Informação e Comunicação da Universidade Federal de Goiás (UFG). O estudo tem caráter exploratório-descritivo, centrado na identificação e implementação de procedimentos para a preservação

e recuperação de documentos físicos e digitais, sem o desenvolvimento de uma análise aprofundada dos dados coletados.

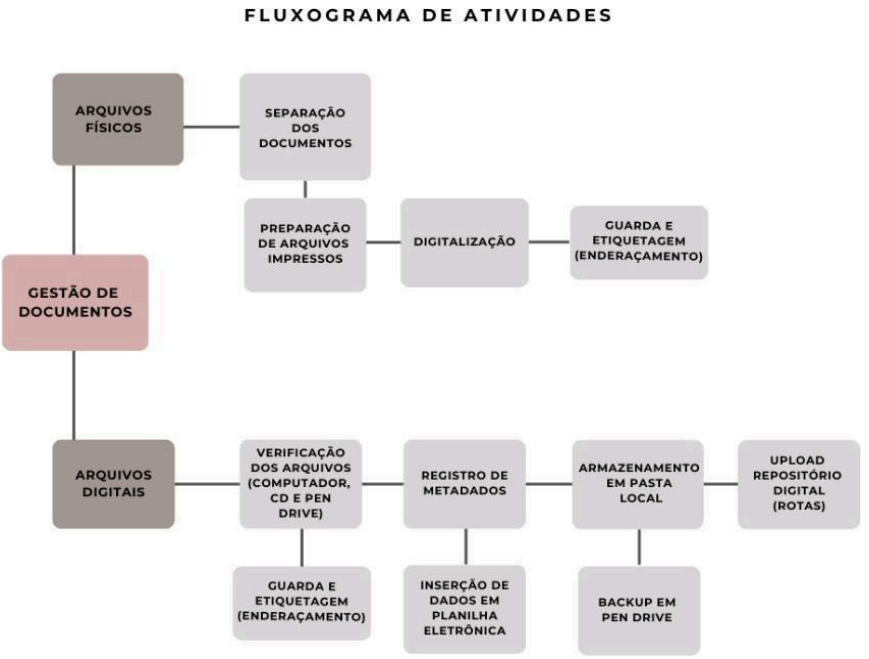
O método utilizado foi o de pesquisa documental e as etapas de coleta de dados incluíram a digitalização, verificação e catalogação de mídias físicas e digitais, utilizando-se de técnicas de higienização e sistematização de documentos. Procedeu-se à verificação das mídias físicas (CDs, fi tas VHS, disquetes) para garantir que o conteúdo fosse corretamente preservado e registrado.

Houve, além disso, a preparação e organização das informações para um uso futuro, mas sem a realização de uma análise detalhada. A catalogação foi feita por meio da coleta de metadados relevantes, o que incluiu a classificação dos TCCs por tipo documental, ano de produção e nome do discente, buscando garantir - por meio dos métodos adotados - a integridade e a acessibilidade dos arquivos digitalizados.

DESENVOLVIMENTO

As atividades tiveram foco na gestão de documentos de TCCs gerados pelo curso de Jornalismo, incluindo a sua organização física e digital e no levantamento sistemático de dados oriundos de tais processos. Adicionalmente, a análise descritiva exploratória desse conjunto pode revelar tendências e mudanças nas áreas de interesse, métodos de pesquisa e desenvolvimento acadêmico, refletindo a evolução do curso e da instituição. Tal perspectiva histórica e analítica, portanto, é crucial para identificar padrões, avaliar o impacto das políticas educacionais e orientar futuras direções acadêmicas.

Figura 1 - Fluxograma de Atividades



Fonte: Elaborado pelo autor

Convém acrescentar que, concomitantemente à realização dessas atividades de gestão dos documentos, também se desenvolveu a análise dos dados levantados durante o projeto, realizada pela coautora. Além disso, as duas abordagens foram desenvolvidas em comum acordo e de forma cooperativa, previamente discutidas e planejadas em conjunto, conforme as demandas estabelecidas pela coordenadora do curso de Jornalismo - que identificou a necessidade de implementação da gestão dos documentos advindos do curso - com foco imediato na organização dos Trabalhos de Conclusão de Curso.

ORGANIZAÇÃO DOS DOCUMENTOS

A organização dos arquivos foi realizada em duas frentes: documentos digitais e físicos.

ARQUIVOS DIGITAIS E VERIFICAÇÃO DE MÍDIAS

Para metodizar a manipulação dos documentos, considerou-se o Regulamento de Trabalho de Conclusão de Jornalismo, que classifica as produções em Monografia e Projeto Experimental:

> Art. 8° [...] consiste em um trabalho escrito de caráter científico, resultante da busca pela compreensão de uma questão-problema construída pelo discente a partir de investigações de temas relacionados às áreas de conhecimento do Jornalismo (p. 5).

> Art. 10. [...] é um trabalho prático de cunho jornalístico cujo produto acompanha um relatório científico que apresentará o projeto proposto, os pressupostos teóricos e metodológicos que balizam o produto realizado, bem como a avaliação do processo de elaboração e os resultados alcançados. (p.8).

Diante disso, um dos computadores disponibilizados para a realização das tarefas continha armazenado alguns trabalhos de forma desordenada, além disso suas respectivas versões em mídia física estavam "perdidas" entre todos os outros, dificultando seu acesso e recuperação. Foi preciso, sob essa perspectiva, conferir os CDs e verificar se já havia alguma cópia armazenada no computador.

Ao final de cada verificação, os CDs foram categorizados - para posterior gerenciamento físico - e nos casos em que os arquivos ainda não haviam sido copiados, foi necessário criar uma pasta. Nesse caso, seguiu-se o mesmo método de sistematização em ambos:

- Monografia ou Projeto Experimental
    - Ano de Produção
        - Nome do Aluno

Para além, vale evidenciar que, na Ciência da Informação, o suporte da informação significa o produto utilizado para o armazenamento das informações, podendo conter dados como documentos, imagens, vídeos, entre outros, conforme aponta Monte (2003). Com a popularização da informática, esses produtos passaram a ser chamados de mídias ou dispositivos de armazenamento.

Apesar de haver documentos de TCC armazenados em pendrive, fita VHS e disquete, o principal suporte utilizado para tal função foi o CD-ROM. Isto posto, é importante destacar que essas mídias são suscetíveis à corrupção devido a danos em seus componentes. O processo de verificação e transferência dos documentos, portanto, visou eliminar a dependência dos CDs, cuja fragilidade pode resultar em perdas irreparáveis dos trabalhos e dos respectivos produtos associados.

Além disso, concomitantemente às verificações, foi feita a catalogação de dados em uma planilha eletrônica - visando a geração de um painel visual com as informações pertinentes à coordenação -, contendo os seguintes metadados: Curso; Ano; Tipo Documental; Gênero; Produto; Título do Trabalho; Autorização; Orientador; Discente; Salvo em PDF; Observação.

ORGANIZAÇÃO DOS DOCUMENTOS FÍSICOS

Em relação aos documentos impressos, foi necessário verificar diversas pastas para separar os papéis que seriam posteriormente digitalizados. A coordenadora do curso nos apresentou os armários onde estavam os trabalhos, e foi necessário verificar todos os armazenados. Durante a verificação e categorização dos documentos, encontramos: Atas; Termos de Depósito Provisório; Termos de Depósito Definitivo; Termos de Aceite de Orientação de TCC; Autorizações de Divulgação de TCC; Trabalhos Finais de TCC 1 e Documentos de Estágio.

Cada grupo de documentos foi separado e realocado para posterior destinação conforme as necessidades da coordenação. Além disso, os papéis foram etiquetados para facilitar a identificação e consulta. No caso dos TCCs, a etiquetagem foi realizada com base na classificação do tipo documental e ano de produção correspondente.

A organização dos papéis garante um melhor aproveitamento do espaço físico destinado à coordenação, além de evitar a perda de informações relevantes para o curso de Jornalismo e agilizar sua recuperação

No que tange à verificação e categorização dos CDS, houve também a etapa de organização desse material em caixas devidamente identificadas. Assim, conforme examinado foram separadas em blocos de acordo com seu ano de produção. Posteriormente, foram divididas em duas caixas de acordo com seu Tipo Documental, em cada uma há blocos separados por rótulos de papel, sendo branco para “Monografias” e azul para “Projetos Experimentais” - visando a diferenciação imediata dos dois produtos, de forma a facilitar a classificação visual dos arquivos - e na parte externa há uma lista com todas as datas (ano) guardadas.

INSERÇÃO DE DADOS EM PLANILHA ELETRÔNICA

É importante ressaltar que a gestão de documentos envolve também a gestão de metadados, que podem ser considerados como:

> Dados codificados e estruturados que descrevem características de elementos informacionais para auxiliar na identificação, localização, avaliação e gestão das entidades descritas [...] São, portanto, de fundamental importância para a garantia da capacidade testemunhal dos documentos de arquivo (Rondinelli, 2002, p. 60).

Dito isso, os metadados arquivísticos são fundamentais para a gestão e preservação de documentos, conforme estabelecido nas normas de descrição arquivística, como ISAD(G)

e NOBRADE, que enfatizam a importância da identificação, contextualização e descrição dos documentos.

Quadro 1 - Contextualização de Metadados

METADADO	**CONFORMIDADE**
CURSO	Relevante, mas não mencionado como obrigatório; facilita a identificação do contexto acadêmico.
ANO DE PRODUÇÃO	Essencial para a identificação temporal, obrigatório segundo a norma NOBRADE.
TIPO DOCUMENTAL	Recomendada, embora não obrigatória, sua inclusão facilita a recuperação da informação.
GÊNERO	Não obrigatório, mas sua inclusão pode enriquecer a descrição e facilitar a busca
PRODUTO	Útil para a compreensão do propósito do documento, não obrigatório.
TÍTULO DO TRABALHO	Obrigatório conforme as normas, fornece uma referência clara ao conteúdo do documento.
AUTORIZAÇÃO	Crucial para a gestão de acesso; recomendada para garantir que os usuários estejam cientes das condições de uso.
ORIENTADOR	Prática recomendada, mas não obrigatória; ajuda a contextualizar o documento.
DISCENTE	Obrigatório para a atribuição de autoria.
SALVO EM PDF	Não é considerado um metadado arquivístico, mas relevante para questões técnicas.
OBSERVAÇÃO	Notas adicionais podem ser úteis, mas não são obrigatórias.

Fonte: Elaborado pelo autor

Assim, como se pode perceber, os metadados registrados em planilha nesse primeiro momento, não seguiram à risca as obrigatoriedades da normativa, tendo em vista que foram organizados conforme conveniente para controle interno e visavam uma posterior análise. Ainda, a inclusão de metadados adicionais - não obrigatórios - pode enriquecer a descrição, e

ao coletar metadados adequados, é possível garantir que os documentos sejam facilmente acessíveis e compreensíveis, facilitando o trabalho de indexação:

> [...] componente essencial da gestão de documentos, a indexação permite que os usuários localizem rapidamente a informação necessária, facilitando a recuperação e o uso eficaz dos documentos arquivísticos (Bantin, 2008, p.10).

Para isso, é essencial que os metadados sejam coletados de maneira sistemática e padronizada, então para dar segmento ao trabalho, sugere-se considerar:
i) Identificação do Documento: título do trabalho; ii) Informações do Autor: nome do autor, matrícula e orientador; iii) Contexto de Produção: data da defesa, curso, instituição e ano de produção; iv) Descrição do Documento: resumo; palavras-chave; v) Características Jurídicas/Temporais: cobertura, idioma e vi) Condições de Uso: Termos de Autorização de Uso e Condições de Acesso.

DIGITALIZAÇÃO DO MATERIAL

Os procedimentos do processo de digitalização envolveram a seleção e preparação dos documentos impressos a serem convertidos:

1) Higienização dos documentos:

a) Remoção de post-its, clipes, grampos e espirais (grande parte dos trabalhos encontram-se encadernados com capa e espiral)
a) Limpeza de poeira, remoção de sujeiras, desamassamento de folhas dobradas ou amassadas

2) Digitalização:

a) Utilização do scanner Panasonic KV-S1025C
a) Software Capture Plus (Standard)
b) Configuração do scanner para alta resolução e qualidade de imagem, sendo no mínimo 300 DPI - para cada polegada do arquivo, sua versão digitalizada terá 300 pixels - conforme exigência mínima do Decreto Federal 10.278/2020.
c) Verificação da qualidade dos arquivos digitalizados, recorte de páginas para remoção de inconsistências na borda das folhas ou possíveis falhas

Tendo em vista que, conforme o Manual de Procedimentos de Digitalização:

> O processo de captura digital da imagem deverá ser realizado com o objetivo de garantir o máximo de fidelidade entre o representante digital gerado e o documento original (CGDI/SGA/AGU, p. 17).

Após a digitalização, os documentos foram organizados em pastas de acordo com a sistematização estabelecida, e os metadados foram coletados para assegurar a integridade e facilitar futuras consultas.

SEPARAÇÃO DE ARQUIVOS EM SUPORTES DEFASADOS

Com a finalidade de acessar os arquivos armazenados em mídias obsoletas, foi realizada uma separação e análise destas, identificou-se, assim, 20 fitas VHS e 30 disquetes. Contudo, a obsolescência do hardware necessário para a leitura desses suportes representa um desafio para a realização da tarefa, uma vez que encontrar esses dispositivos é algo incomum. Nenhum dos computadores disponíveis possuía leitores de disquete funcionais, e, também, não havia um leitor de fitas VHS. O cronograma previa a busca de soluções para acessar essas mídias, contudo, devido à greve dos Técnicos Administrativos (TAEs), não foi possível contar com assistência externa. Essa parte, portanto, para um momento mais oportuno.

Figura 2 - Possíveis Trabalhos de Conclusão de Curso em VHS



Fonte: Fotografado pelo autor

Em situações de obsolescência tecnológica, existe a possibilidade de utilizar a emulação para a leitura de mídias obsoletas. A emulação é uma estratégia operacional baseada no uso de um software de tecnologia atual denominado emulador, o qual possibilita simular as funcionalidades de plataformas de hardware e/ou software que se tornaram inacessíveis devido à falta de compatibilidade ocasionada pela obsolescência (Lopes, 2008; Saramago, 2002). No entanto, devido à falta de recursos - incluindo o tempo - e à ausência de experiência necessária, não foi possível realizar esse procedimento.

BACKUP DE SEGURANÇA

Apesar de os documentos estarem armazenados localmente em computadores, é essencial realizar um backup (cópia de segurança) para prevenir a perda de arquivos. Essa perda pode ocorrer devido a diversas causas, como obsolescência de hardware ou software, corrupção da mídia de armazenamento, questões ambientais, falhas no computador que abriga os documentos, entre outros fatores. Ainda, a guarda de documentos digitais em sistemas gerenciadores pode acarretar perda caso esse sistema venha a ser descontinuado, logo, é importante ter outras formas de acesso que não dependam exclusivamente do sistema. A realização de backups é, portanto, crucial para evitar perdas de dados que podem ser irreparáveis.

Na ausência dos recursos apropriados, foram utilizadas cópias de segurança em *pendrives*, que, embora sejam uma solução temporária, apresentam desvantagens significativas. Os *pendrives* são mídias mais suscetíveis a danos e falhas, o que compromete a confiabilidade da guarda. Ainda, é importante que seja feita a migração para novas mídias quando há intenção de se manter o arquivo, tendo em vista que todas são suscetíveis à corrupção, e esse procedimento evita a perda de informações.

A preservação digital pode ser definida como a atividade que objetiva garantir o acesso à informação em meio digital, efetuando a manutenção de sua integridade e autenticidade. Esta informação registrada, documento, deverá ser interpretada por plataformas tecnológicas desconhecidas, mas existentes no futuro. Ou seja, a plataforma futura será diferente daquela utilizada no momento de criação do documento (CONARQ, 2004; Ferreira, 2006).

RESULTADOS

Nesta seção segue a apresentação dos resultados obtidos com as implementações realizadas.

VERIFICAÇÃO DOS DOCUMENTOS E PRESERVAÇÃO DIGITAL

Para realizar a verificação dos CDs, foi preciso organizar todas as mídias que estavam ao acaso em 2 caixas presentes na sala da coordenação. Nessa caixa, todavia, havia CDs que continham outros arquivos que não correspondiam aos TCCs de Jornalismo, como gravação de programas jornalísticos, 28 arquivos do curso de Publicidade e Propaganda, 9 de Relações Públicas e documentos de Mestrado de docentes, por exemplo. No caso dos arquivos presentes em *pendrive*, foi feita a separação dos que correspondiam ao documento alvo do trabalho e posteriormente foi realizada sua posterior leitura e categorização.

Ainda, dentre os CDs, 23 continham arquivos diversos, que foram devidamente identificados e guardados, além de 11 que apresentaram erros - o que impossibilitou sua visualização, evidenciando que:

> [...] como a mídia se degrada ao longo do tempo, deve-se migrar ou copiar os documentos digitais contidos em um determinado suporte para outra mídia mais atual. (Curso de Bacharelado em Biblioteconomia na Modalidade a Distância, 2023, p.15).

Dito isso, a migração é uma prática essencial na preservação de documentos, uma vez que as mídias físicas, como CDs e disquetes, apresentam fragilidade, principalmente quando armazenadas por longos períodos sem o devido cuidado.

Além disso, foram encontrados 30 arquivos em formato editável, o que pode ter sido ocasionado por falta de recursos tecnológicos na época de sua produção ou por desatenção à segurança da informação. Destaca-se que os documentos devem ser submetidos em formato não editável, com a finalidade de não atravancar a segurança da informação, pois a integridade dos documentos - que visa assegurar que o conteúdo não foi alterado após sua assinatura - é colocada em risco quando há a possibilidade de mudar qualquer parte do conteúdo, comprometendo sua autenticidade.

Tendo isso em vista, nos casos em que os arquivos foram encontrados nesse formato, foi realizada a mudança de Word (editável) para PDF. Vale destacar que o PDF/A (Formato de Documento Portátil para Arquivamento), foi desenvolvido pela Adobe Systems como um subconjunto do formato anteriormente citado, e foi publicado em 2005 - como a norma ISO 19005 - para padrão de arquivamento quando há intenção de preservação a longo prazo (Martins, 2012). No entanto, embora não seja o formato ideal para preservação de documentos, o trabalho inicial desenvolveu-se por meio das conversões para PDF devido a falta de internet no dispositivo, que seria necessária para realizar a conversão

simultaneamente à conferência. Assim, o método inicial foi adotado como medida temporária, com a recomendação de conversão posterior para o formato mais adequado, para garantir a conformidade com as normas internacionais de arquivamento.

Além disso, sob a perspectiva de assegurar que se mantivessem restritos, foi criada uma senha de controle de acesso para os documentos digitais, garantindo que apenas usuários autorizados pudessem visualizar e modificar os arquivos.

EXPECTATIVA DE ARMAZENAMENTO EM REPOSITÓRIO DIGITAL

O repositório digital ROTAS, pertencente à UFG, foi identificado como a plataforma ideal para o armazenamento permanente e acessível dos TCCs digitalizados. Essa ferramenta tecnológica, que promove a preservação e disponibilização da produção acadêmica, é fundamental para garantir o acesso democrático e seguro a esses documentos (Almeida et al., 2019).

A escolha do repositório, portanto, foi baseada nas necessidades e requisitos apresentados pela coordenadora do curso, que priorizava um sistema de fácil uso e manutenção, além de fortalecer a própria instituição e ser usado por outros cursos componentes da mesma Faculdade. Embora o uso do sistema tenha sido solicitado, o processo de liberação ainda estava pendente, o que impediu a inclusão imediata dos arquivos. Adicionalmente, algumas modificações e configurações no software ainda são necessárias para que essa etapa do processo possa ser iniciada.

Ainda, convém acrescentar que do painel desenvolvido pela análise de dados foca na categorização dos tipos de produção. No entanto, as necessidades informacionais podem evoluir, e a análise de dados deve adaptar-se a essas mudanças. Em conformidade com alinhamento entre a orientadora Kátia e o responsável pelo sistema ROTAS, pode ser feita a criação de uma página específica para o curso de jornalismo, posterior a alinhamentos visando garantir que os sistemas se comuniquem de forma eficaz para evitar inconsistências.

Para assegurar a integridade do sistema, é essencial estabelecer uma metodologia de validação que inclua a detecção de duplicações, isso pode ser feito através da verificação dos formandos de cada ano por meio das matrículas, permitindo a identificação de possíveis perdas de trabalhos. Os documentos de TCC referentes aos anos de 2020 a 2024 já estão em formato digital e requerem apenas gestão e cópias de segurança adequadas. A fim de garantir a organização e integridade desses dados, é necessário implementar um plano de

contingência que inclua métodos de backup mais seguros e o armazenamento de mais de uma cópia de segurança, considerando que devem ser armazenadas em locais fisicamente distante dos backups originais, simultaneamente à avaliação da integridade estimada das mídias, para que se possa fazer a migração de dados para evitar a obsolescência das tecnologias.

Ademais, de acordo com a coordenadora e Jornalista Solange Franco, o curso de Jornalismo teve sua primeira turma em 1968, mas não há registros de TCCs anteriores a 2005. É provável, portanto, que os documentos anteriores tenham sido descartados sem cópias disponíveis, por ausência de gestão adequada.

Atualmente, as monografias (e os devidos Termos de Aceite de Disponibilização) são enviadas para a Biblioteca Central da UFG e os projetos experimentais, que representam um esforço significativo dos alunos – incluindo produções fotográficas e audiovisuais, por exemplo - não são armazenados, nem seus respectivos produtos. Sob essa perspectiva, há uma grande perda de produções relevantes para a área e é importante considerar que esse tipo de trabalho tem grande recorrência dentre os TCCs do curso.

Assim, um relatório do Sistema de Bibliotecas (SIB) pode ser obtido para alimentar o sistema e o painel criado, considerando necessário validar o nome dos autores para evitar duplicações entre os trabalhos manipulados neste projeto e aqueles que já estão na biblioteca. Além disso, outra sugestão é a criação de um modelo de metadados que siga conformidade para que os próprios alunos possam subir seus arquivos no repositório, mediante ao estabelecimento de perfis de acesso. A inclusão de um formulário direto no sistema tornaria o método mais prático, permitindo que a coordenação apenas validasse os registros, reduzindo o trabalho e otimizando o processo. Assim, o sistema seria alimentado automaticamente, integrando o ROTAS e o painel criado. Ainda, é importante destacar que esse processo deve estar alinhado às normas e do curso e da Universidade.

DESAFIOS TECNOLÓGICOS

Durante o decorrer do processo, surgiram alguns desafios tecnológicos referentes tanto à infraestrutura disponível quanto à obsolescência de suportes de armazenamento. Tendo isso em vista, foram encontrados arquivos registrados em fita VHS, disquetes e CD-ROMs, todos suportes que apresentam riscos significativos de degradação e perda de informações, considerando a possibilidade de encontrarem-se danificados devido ao tempo e ao armazenamento inadequado:

> [...] a informação registrada pode ser perdida porque o meio no qual está registrada pode ter se deteriorado a ponto de ser inviável sua reprodução (Van Bogart, John W.C. p.22).

Logo, um dos maiores desafios foi a impossibilidade de acessar alguns desses documentos devido à ausência de equipamentos compatíveis para leitura desses suportes. É importante observar que não foi possível verificar o conteúdo dos disquetes para determinar sua relevância, então foram guardados em uma pasta com identificação para facilitar seu manejo. No caso das fitas VHS, 24 delas estavam identificadas com títulos que sugerem pertencer a outros tipos de arquivo, enquanto 6 delas possivelmente fazem parte do contexto aqui mencionado. Foram, assim, organizadas e etiquetadas para facilitar seu uso futuro, quando os recursos necessários para as acessar estiverem disponíveis.

Destarte, a obsolescência desses suportes de armazenamento foi um ponto crítico destacado por Van Bogart (2001), que aponta que mídias físicas, como CDs e VHS, têm um tempo de vida útil limitado e necessitam de migração para tecnologias mais recentes a fim de evitar a perda de informações. Em conformidade com essa recomendação, o processo de migração para mídias atuais foi iniciado, embora ainda não tenha sido concluído.

DIGITALIZAÇÃO DOS DOCUMENTOS

Ao fim do processo de digitalização, obteve-se o total de 29 documentos, sendo 18 Projetos Experimentais e 11 Monografias. É importante reafirmar que a digitalização foi realizada utilizando um scanner específico e seguiu as normas de resolução mínima exigidas para a preservação digital, garantindo a fidelidade das cópias digitais em relação aos documentos originais.

BACKUP E ARMAZENAMENTO EM REPOSITÓRIO DIGITAL

Durante a organização dos arquivos digitais dos Trabalhos de Conclusão de Curso (TCCs), foi essencial garantir a segurança e a preservação a longo prazo desses documentos. Como supracitado, a realização de backups é um passo crucial na preservação de dados digitais, evitando perdas irreparáveis causadas por falhas tecnológicas ou degradação de mídias de armazenamento.

Conforme abordado na literatura, a migração de dados para mídias mais seguras e a replicação dos arquivos em sistemas de backup são estratégias recomendadas para a preservação digital (Monte, 2003). A fita LTO (Linear Tape-Open) foi considerada como uma

solução potencial devido à sua alta durabilidade e capacidade de armazenamento, seguindo recomendações do Conselho Nacional de Arquivos (Conarq, 2023). No entanto, os backups foram feitos temporariamente em *pendrives*, devido à ausência de fitas LTO no momento.

Além do backup físico, a expectativa de armazenamento dos TCCs no repositório digital ROTAS da UFG foi um dos objetivos deste trabalho. Embora a plataforma ofereça um ambiente seguro e acessível, o processo de liberação do uso do sistema permaneceu pendente durante, o que impediu a disponibilização imediata dos arquivos. A migração para o repositório digital contribuirá significativamente para a democratização do acesso aos TCCs, conforme o conceito de repositórios digitais como espaços de memória institucional e disseminação de informações (Almeida et al., 2019).

De modo a garantir a segurança desses documentos no repositório, é necessário que todos os metadados essenciais sejam inseridos, bem como que o controle de acesso seja rigorosamente implementado. A escolha de um sistema de repositório digital alinhado com as normas de arquivamento garante a integridade dos dados, conforme preconizado por Ferreira (2006) e Van Bogart (2001), minimizando riscos de obsolescência tecnológica e degradação da mídia.

Para a liberação dos Trabalhos de Conclusão de Curso em repositório, é necessário não apenas o produto, mas também a assinatura do Termo de Autorização de Uso, os quais já foram devidamente localizados e separados para futura digitalização e inserção na pasta e sistema digital. Além disso, foram registrados por meio da planilha eletrônica, alguns dos principais metadados necessários para a disponibilização de arquivos, devidamente coletados conforme constava na folha de rosto dos trabalhos manipulados.

CONCLUSÃO

Por meio da sistematização dos documentos, foi possível otimizar o espaço físico e facilitar a ágil recuperação de informações, a fim de contribuir com a preservação da memória institucional e continuidade do conhecimento acadêmico. A separação e organização dos documentos físicos e digitais revelou a necessidade de uma gestão de documentos contínua, que vá além da organização inicial. Isto posto, os documentos precisam ser revisados conforme plano de classificação e a tabela de temporalidade, para assegurar que sejam devidamente descartados ou arquivados de acordo com seu ciclo de vida e relevância institucional, o que exige um esforço e interesse da coordenação com outras entidades. No

entanto, como o foco do estágio era exclusivamente os TCCs, e considerando o curto prazo e a limitação de recursos tecnológicos, a gestão adequada de toda a documentação não era viável, mas a organização foi um passo inicial para facilitar futuras manipulações.

Este processo também evidenciou a necessidade de adoção de novas tecnologias para a preservação de arquivos digitais, visto que suportes físicos, como CDs e fitas VHS, apresentaram riscos à integridade dos documentos.

Como já citado, foi feita uma análise de dados utilizando Python no Google Colab, resultando em um painel visual interativo que oferece uma visão detalhada das produções analisadas. É crucial, para manter o processo, assegurar a estrutura de catalogação por meio de metadados, incluindo a alimentação constante do sistema e a ampliação da base de dados, que deve ser vinculada ao repositório, permitindo que os usuários da página tenham acesso transparente e integrado ao acervo.

REFERÊNCIAS

ALECRIM, Emerson. **Scanners**. Disponível em: <http://www.infowester.com/scanners.php.> Acesso em: 06 ago. 2024.

ALMEIDA, I.R.; OLIVEIRA, B.M.J.F.; ROSA, M.N.B. **Repositórios digitais como espaços de memória e disseminação de informação**. Informação em Pauta, Fortaleza, v. 4, n. especial, p. 117-131, nov. 2019. Disponível em: <https://files.cercomp.ufg.br/weby/up/1/o/Resolucao_TresConselhos_2013_0002R.pdf>. Acesso em: 6 ago. 2024

ARELLANO, M. A. **Preservação de documentos digitais.** Ciência da Informação, Brasília, v. 33, n. 2, p. 15-27, maio/ago. 2004.

BANTIN, P. C. **Understanding data and information systems for recordkeeping**. New York: Neal-Schuman Publishers, 2008.

BRASIL. Biblioteca Nacional. **Digital preservation regional course**. Rio de Janeiro: BN, 2003. CD-ROM.

BRASIL. Ministério da Justiça. Arquivo Nacional. Conselho Nacional de Arquivos. **Recomendações para Digitalização de Documentos Arquivísticos Permanentes**. Disponível em: <https://www.gov.br/conarq/pt-br/centrais-de- conteudo/publicacoes/Diretrizes_digitalizacao 2021.pdf\>. Acesso em: 7 ago. 2024.

BRASIL. Ministério da Saúde. **Manual de Gestão de Documentos:** Metodologia para Implantação de Arquivo. 1. ed. Brasília, DF. Disponível em:

<https://bvsms.saude.gov.br/bvs/publicacoes/manual_gestao_documentos_metodologia_arquivo_1ed.pdf>. Acesso em: 6 ago. 2024.

Conselho Nacional de Arquivos (Brasil). **Diretrizes para implementação de repositórios arquivísticos digitais confiáveis (RDC-Arq)**. [recurso eletrônico] / Câmara Técnica Consultiva – Certificação de Repositórios Arquivísticos Digitais Confiáveis. 2. versão. – Dados eletrônicos (1 arquivo: 649 KB). Rio de Janeiro: Arquivo Nacional, 2023.

Curso de Bacharelado em Biblioteconomia na Modalidade a Distância. Bibliotecas Digitais. 2023. 19 p. PDF. Disponível em: <https://cesad.ufs.br/ORBI/public/uploadCatalago/10383614092023Aula_03-Bibliotecas-Digitais.pdf>. Acesso em: 7 ago. 2024.

História | FIC. Disponível em: <http://fic.ufg.br/n/8530-historia#:~:text=O%20curso%20de%20jornalismo%20foi%20reconhecido%20no%20dia%205%20novembro%20de%201975.&text=O%20curso%20de%20Rela%C3%A7%C3%B5es%20P%C3%BAblicas>. Acesso em: 9 ago. 2024.

LIMA, E. dos S.; PÉREZ, C. B.; SCHÄFER, M. B. Migração de suporte para a preservação de acervos fotográficos: estudo de caso no Arquivo Fotográfico do Curso de Arquivologia da UFSM. **Revista Sociais e Humanas**, v. 27, n. 1, p. 131–145, 2014. Disponível em: <https://revista.unitins.br/index.php/extensao/article/view/8428/4815>. Acesso em: 9 ago. 2024.

Manual de digitalização de documentos do Poder Judiciário / Conselho Nacional de Justiça. Brasília: CNJ, 2023.

MONTE, A. C**. A qualidade dos suportes da informação:** uma visão arquivística. 2003. Dissertação (Mestrado em Arquivologia) – Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, 2003.

NOBRADE. Padrões de metadados arquivísticos. Brasília: Arquivo Nacional, 2019.
Repositório Digital do MCTI - RDMCTI. Disponível em: <https://www.gov.br/mcti/pt-br/acesso-a-informacao/biblioteca/paginas/acervo-e-colecoes/repositorio-digital-do-mcti-rdmcti>. Acesso em: 8 ago. 2024.

Resolução CNJ nº 324/2020. Explicitadas nas seções 4.2 dos Manuais de Gestão Documental e de Gestão de Memória do Poder Judiciário (CNJ, 2021b; 2021c).

VAN BOGART, John W.C. **Armazenamento e manuseio de fitas magnéticas:** um guia para bibliotecas e arquivos / tradução de José Luiz Pedersoli Júnior; revisão técnica Clóvis Molinari Júnior, Ana Virginia Pinheiro, Dely Bezerra de Miranda Santos; revisão final Cássia Maria Mello da Silva, Lena Brasil. 2. ed. - Rio de Janeiro: Projeto Conservação Preventiva em Bibliotecas e Arquivos: Arquivo Nacional, 2001.

O(s) autor(es) é(são) responsável(is) pela fidedignidade dos dados apresentados.



GT3

ESTUDOS DE CINEMA, AUDIOVISUAL E STREAMING

MALE GAZE: COMO A MÍDIA E O ENTRETENIMENTO RETRATAM MULHERES SOB O OLHAR MASCULINO

Daiana Stasiak[1]
João Rios Bastos[2]
Jhully Enny Nascimento Arrais[3]
Nathália Rezende Magalhães[4]

RESUMO

O artigo analisa a influência do conceito de "*male gaze*", ou "olhar masculino", nas produções audiovisuais do século XXI, com foco nos filmes Esquadrão Suicida (2016) e Aves de Rapina (2020). A partir de uma revisão bibliográfica, examina a representação feminina, identificando nessas produções algumas questões de gênero. Além disso, considera site de críticas especializadas e comentários dos públicos em canais no YouTube e destaca como essas interações moldam percepções e reforçam estereótipos sob a perspectiva masculina.

Palavras-chave: *"Male Gaze"*; Representação Feminina; Estereótipos; Produções Audiovisuais; Equidade de Gênero.

MALE GAZE: HOW MEDIA AND ENTERTAINMENT PORTRAY WOMEN THROUGH THE MALE PERSPECTIVE

ABSTRACT

The article analyzes the influence of the concept of the "male gaze" in 21st-century cinematographic productions, focusing on the movies Suicide Squad (2016) and Birds of Prey (2020). Based on a literature review, it examines female representation, identifying gender issues in these productions. Additionally, it considers specialized review websites and audience comments on YouTube channels, highlighting how these interactions shape perceptions and reinforce stereotypes from a male perspective.

Keywords: "*Male Gaze*"; Women Representation; Stereotypes; Audiovisual Productions; Gender Equity.

INTRODUÇÃO

Quando se trata de um mundo rodeado de narrativas e imagens, as maneiras pelas quais as mulheres são retratadas na mídia influenciam a construção da identidade feminina e oferecem uma percepção social do gênero. O conceito de *"male gaze"* ou "olhar masculino", desenvolvido na filosofia francesa do século XX, foi utilizado pela primeira vez por John

[1]Doutora em Comunicação pela UnB, Universidade Federal de Goiás, stasiak@ufg.br
[2]Graduando em Relações Públicas, Universidade Federal de Goiás, riosbastos@discente.ufg.br
[3]Graduanda em Relações Públicas, Universidade Federal de Goiás, jhullynascimento@discente.ufg.br
[4]Graduanda em Relações Públicas, Universidade Federal de Goiás, nathalia_rezende@discente.ufg.br

Berger (1972) na obra "*Ways of Seeing*". Mais tarde, Laura Mulvey (1975) popularizou esse termo na crítica cinematográfica e feminista, referindo-se ao olhar fetichista e objetificador que homens lançam sobre as mulheres. Este conceito surge como uma ferramenta principal, essencial e crítica para descobrir e entender as sutilezas dessa representação de poder desigual entre os gêneros (Mulvey, 1975).

Nesse sentido, cabe a reflexão sobre as hipóteses que o tema abordado nos traz. Como o conteúdo analisado incentiva a perpetuação do olhar masculino na mídia, ou como o público masculino prefere assistir a filmes que pregam o *"male gaze"* e criticam conteúdos que não o seguem e, até mesmo, como parte do público feminino não critica a problemática do *"male gaze"*, quando se encontram diante desse tipo de conteúdo.

No entanto, será que as mulheres realmente não criticam o *"male gaze"*? Será que, na verdade, elas criticam esse tipo de conteúdo, mas as produtoras cinematográficas apenas ignoram? É a partir dessas questões que surgem mais perguntas, como: os meios de comunicação fomentam o olhar masculinizado? Se sim, de que modo? Como o *"male gaze"* molda a perspectiva masculina sobre as mulheres?

Com isso, este artigo tem como objetivo analisar a presença do conceito de *"male gaze"* na indústria cinematográfica, como um de seus processos de construção, a partir do estudo de dois filmes**,** "Esquadrão Suicida" (2016), dirigido por David Ayer e, na sequência, "Aves de Rapina" (2020), com a diretora Cathy Yan, sendo o primeiro produzido por um homem e o segundo por uma mulher, ambos os filmes retratam a mesma personagem, o que torna mais perceptível a diferença de perspectivas.

Por meio dessa análise, procura-se não apenas conscientizar, mas também incentivar uma mudança significativa na forma como as histórias e imagens são apresentadas aos públicos, defende-se que as produções cinematográficas tragam um olhar mais equitativo e respeitoso sobre o feminino, a partir do entendimento do impacto dessa representação na mídia e no entretenimento.

MALE GAZE

O conceito de *"male gaze"* ou "olhar masculino" é importante para a compreensão da representação das mulheres na mídia e no entretenimento. Desenvolvido inicialmente na filosofia francesa do século XX, o termo foi introduzido por John Berger em *Ways of Seeing* (1972) e popularizado pela crítica feminista Laura Mulvey em Prazer Visual e Cinema Narrativo (1975). Mulvey argumenta que o cinema clássico de Hollywood é estruturado por uma perspectiva masculina heterossexual, onde o espectador é posicionado para ver as mulheres como objetos de desejo, reforçando uma dinâmica de poder desigual entre os gêneros. Esse olhar objetificador não só molda a representação feminina nas telas, mas também influencia a percepção social do gênero fora delas (Mulvey, 1975).

A análise do *"male gaze"* permanece relevante ainda hoje para compreender a representação feminina na mídia contemporânea. Simone de Beauvoir, em sua obra “O Segundo Sexo” (1949), aborda a forma como mulheres são retratadas e compreendidas sob a ótica masculina, esse conceito pode ser diretamente relacionado a maneira com que a mídia molda a imagem das mulheres em suas representações. Para Beauvoir, a mulher historicamente teve sua definição como o "outro" em relação ao homem, que é visto como um ser absoluto em todos os contextos, inclusive no cinema. Essa representação do "outro" sempre foi feita de forma passiva, submissa e dependente da imagem do homem, do masculino, o que reflete diretamente o contexto da sociedade patriarcal e misógina, perpetuando estereótipos de gênero e reforçando uma dinâmica de poder desigual.

Neste contexto, o conceito de *"male gaze"* está ligado a três comportamentos principais: voyeurismo, escopofilia e narcisismo. O voyeurismo se refere ao prazer de observar secretamente os outros, enquanto a escopofilia é descrita como o prazer derivado da visualização de corpos e figuras, muitas vezes de uma forma hipersexualizada. Já o narcisismo está relacionado à identificação do espectador, geralmente homem, com personagens masculinos poderosos e dominantes na tela (Berger, 1972).

Essas dinâmicas são perceptíveis em muitas produções cinematográficas contemporâneas e influenciam a maneira como os espectadores interagem com as representações femininas no entretenimento. A mídia não apenas reflete, como também fomenta o olhar masculinizado, contribuindo para a manutenção de estereótipos de gênero prejudiciais e percepções distorcidas de feminilidade. Isso foi visto ao comparar os comentários relacionados ao primeiro filme, “Esquadrão Suicida” (2016), com o segundo,

“Aves de Rapina” (2020) e observar a mudança de opiniões sobre a personagem Harley Quinn.

No primeiro, foi possível encontrar diversos comentários de elogios e exaltações, mesmo que muitas vezes sexualizadas, enquanto no segundo, a maior parte dos comentários do público masculino demonstrou aversão a nova leitura da personagem por a considerarem “*woke*”[5] e “feminista demais”. Isso é mais uma demonstração de que homens tendem a preferir conteúdos que reforçam o *"male gaze"* e frequentemente criticam produções que tentam subverter essa perspectiva (Gill, 2007).

Com a expansão da indústria cinematográfica, houve também a marginalização feminina e um maior domínio masculino desse mercado. Depois das primeiras décadas do cinema, além de menor participação nas etapas da produção audiovisual, as mulheres passaram a ser representadas nos filmes de maneira estereotipada. Em sua entrevista ao Jornal da USP, Lívia Perez diz: “São representações pouco complexas, focadas em estereótipos: a figura da mãe, da irmã, a figura amorosa, e quase sempre essa figura da mulher é representada de maneira anexa ao homem.” (Jornal da USP, 2020)

É necessário criar um olhar crítico ao *"male gaze"* na indústria audiovisual contemporânea, para compreender como as narrativas visuais têm moldado as percepções sociais sobre o gênero há muitas décadas, buscando incentivar mudanças que sejam significativas na forma como as histórias e imagens são apresentadas dentro e fora do cinema. Neste sentido, Hooks (1996) oferece uma perspectiva crítica que se faz essencial para entender como o *"male gaze"* no cinema representa mulheres como objetos e reforça estereótipos misóginos, a autora também aponta que mulheres negras enfrentam esse problema de forma ainda mais preocupante, sob uma ótica que além de masculina, se apresenta como racista.

Assim, a reação adversa de um público masculino ao filme Aves de Rapina acaba não se baseando apenas ao olhar masculino: a representação de mulheres de diferentes etnias (como a personagem de Jurnee Smollett-Bell, que interpreta a Canário Negro) em uma visão sem hipersexualização e que apresentam personagens complexas e multifacetadas acaba incomodando ao público já acostumado ao *"male gaze"* dominante, que objetifica, especialmente mulheres negras e de outras etnias, e que reforça padrões de submissão, e

[5] *Woke:* refere-se a estar atento às injustiças sociais, especialmente de raça. Com o tempo, o termo passou a ser usado em debates culturais e políticos, sendo criticado por alguns como sinal de ativismo excessivo.

isso propõe uma quebra sobre os padrões de branquitude e feminilidade convencionais propostos nas grandes telas.

Esquadrão Suicida e Aves de Rapina: uma análise comparativa

Os filmes "Esquadrão Suicida" (2016) e "Aves de Rapina" (2020) ilustram essas questões: "Esquadrão Suicida", dirigido por David Ayer, foi criticado por uma parcela do público, principalmente feminino e que consome esse gênero de filmes, pela hipersexualização de Harley Quinn. Na mesma medida, é possível visualizar que "Aves de Rapina", dirigido por Cathy Yan, foi criticado pelo público, especialmente masculino, por não subverter ao *"male gaze"* e apresentar uma perspectiva feminina mais autêntica e empoderada, ainda que a crítica especializada tenha apresentado elogios.

Em “Esquadrão Suicida”, Arlequina (Margot Robbie), especificamente, é retratada em grande parte pela dinâmica de sua relação com o personagem Coringa, que glamouriza um relacionamento abusivo. Essa abordagem reforça a percepção da personagem como um objeto de desejo, ao invés de retratar uma figura com personalidade própria e complexidade emocional. A trama, em sua maior parte focada em violência e ação, perpetua estereótipos femininos, apresentando mulheres de maneira sexualizada e objetificada. Ao fazer isso, o filme contribui para uma percepção pública distorcida sobre o valor das mulheres na sociedade, limitando seu protagonismo e reforçando papéis prejudiciais na mídia, além de não apresentar profundidade a personagem no contexto da obra para além de sua existência enquanto parte do homem (nesse caso, o Coringa).

A cinematografia reforça ainda mais a objetificação da personagem, ao utilizar *close-ups* desnecessários em partes específicas do seu corpo, como pernas e quadris. Além disso, a personagem é frequentemente retratada como uma mulher louca, provocante e superficial, sem uma profundidade significativa que vá além dos traços estereotipados. Consequentemente, sua complexidade é ofuscada pela forma como é sexualizada.

Figura 1 - *Close*-up de Arlequina em “Esquadrão Suicida”.



Fonte: Site - Medium[6]

Por fim, as escolhas de figurino foram projetadas para destacar seu corpo, como os shorts curtos, a camiseta rasgada e o salto alto. Esse figurino ilustra o "*male gaze*" de forma direta, uma vez que as roupas das personagens femininas são selecionadas para o apelo visual ao público masculino, em detrimento de suas personalidades ou das necessidades narrativas dessas personagens.

Figura 2 - Figurino de Arlequina em “Esquadrão Suicida”.



Fonte: Site - Medium[7]

[6] Disponível em: https://luisfilipers.medium.com/arlequina-e-a-hiper-sexualiza%C3%A7%C3%A3o-de-personagens-femininas-de-novo-1e3fe240f69 . Acesso em 28 de set de 2024.

[7] Disponível em: https://luisfilipers.medium.com/arlequina-e-a-hiper-sexualiza%C3%A7%C3%A3o-de-personagens-femininas-de-novo-1e3fe240f69. Acesso em 28 de set de 2024.

Por sua vez, o filme “Aves de Rapina" segue Arlequina (Margot Robbie) após o término de seu relacionamento com o Coringa, momento em que ela busca reinventar sua identidade e aproveitar sua recém-descoberta liberdade. Sem a proteção do Coringa, Arlequina começa a ser perseguida por vilões, o que intensifica sua jornada. Durante essa fase, ela forma uma aliança com outras três mulheres para proteger uma jovem que se torna alvo dos inimigos.

Figura 3 - Caçadora, Arlequina, Cassandra Cain, Renee Montoya e Canário Negro em “Aves de Rapina: Arlequina e sua Emancipação Fantabulosa”.



Fonte: Site - Poltrona Vip[8]

Além de explorar as vulnerabilidades de Arlequina, o filme introduz outras personagens femininas que possuem suas próprias histórias e motivações, sendo apresentadas como figuras completas e melhor desenvolvidas, cada uma com arcos narrativos, habilidades e personalidades distintas.

[8] Disponível em: https://poltronavip.com/aves-de-rapina-arlequina-e-sua-emancipacao-fantabulosa-traz-comedia-muita-acao-e-mulheres-poderosas-critica/. Acesso em 28 de set. de 2024.

Assim, se destaca a solidariedade feminina e o empoderamento, com personagens femininas unidas por suas razões e lutas pessoais. A narrativa enfatiza a colaboração e o apoio mútuo, centrando-se na independência de Arlequina e na construção de sua própria identidade. Nesse contexto, a representação das personagens inspira uma identificação mais saudável para o público feminino, ao focar na força e na solidariedade entre essas mulheres.

Os figurinos de Arlequina e das outras personagens são mais práticos e menos sexualizados. Por exemplo, os trajes refletem a personalidade e as necessidades das personagens, contribuindo para uma representação mais autêntica. No que se refere à cinematografia, a câmera evita a sexualização das personagens femininas. Em vez de focar em partes do corpo, as cenas destacam as ações e expressões das personagens e realçam as suas habilidades e narrativas.

Figura 3 - Arlequina em “Aves de Rapina: Arlequina e sua Emancipação Fantabulosa”.



Fonte: Folha de São Paulo[9]

Portanto, é notória a diferença entre os dois filmes, refletindo uma evolução na forma como *Hollywood* aborda as representações femininas. Há uma crescente demanda por histórias que retratam mulheres de maneira mais autêntica e empoderada e a presença de

[9] Disponível em: https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2020/02/filme-aves-de-rapina-faz-viagem-ao-intimo-da-anti-heroina-arlequina.shtml. Acesso em 28 de set. de 2024.

diretoras como Cathy Yan é fundamental para essa mudança. Ao subverter a perspectiva do *"male gaze"*, é possível alcançar representações mais autênticas e empoderadoras. Enquanto “Esquadrão Suicida" perpetua estereótipos prejudiciais, “Aves de Rapina" exemplifica como a indústria cinematográfica pode evoluir para retratar as mulheres de forma mais justa e complexa.

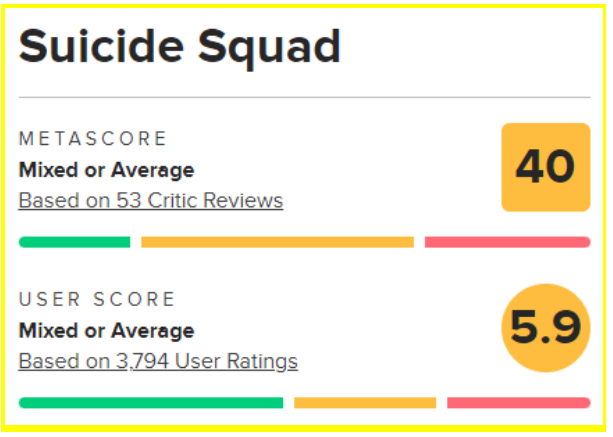
Percepções críticas

Na observação sobre a maneira como os filmes foram recepcionados pela crítica especializada, representada pelos portais Adorocinema[10] e Omelete[11], dois dos sites de *review* mais acessados do Brasil, percebe-se que "Esquadrão Suicida" foi amplamente criticado pelo seu roteiro confuso e narrativa previsível, chegando a ser chamado de “Colcha de retalhos” pelo portal Adorocinema. Enquanto "Aves de Rapina" teve uma recepção mais positiva, sendo elogiado pelo seu humor, cenas de ação bem coreografadas e foco em personagens femininas, o que garantiu uma nota duas vezes maior do que o seu antecessor no site Omelete.

Apesar de o segundo filme ser reconhecido como superior pela crítica, há uma diferença significativa na recepção do público em plataformas que permitem avaliações pessoais dos filmes. No portal AdoroCinema, por exemplo, ambos os filmes apresentam a mesma nota, embora o longa de 2016 receba quase nove vezes mais avaliações do que o de 2020. Um exemplo ainda mais extremo pode ser observado no site Metacritic, reconhecido mundialmente, no qual o filme “Esquadrão Suicida” possui um número de avaliações de usuários duas vezes superior à do filme "Aves de Rapina”.

[10] Disponível em: https://www.adorocinema.com Acesso em 20 de set 2024.
[11] Disponível em: https://www.omelete.com.br Acesso em 20 de set 2024.

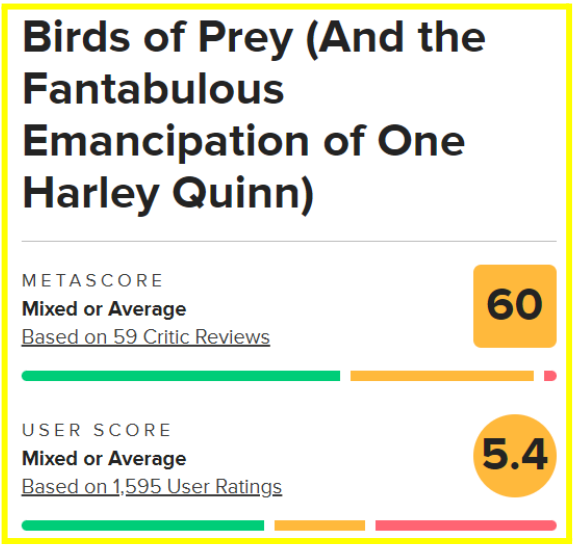
Figura 4 - Avaliação do filme Esquadrão Suicida no site Metacritic



Fonte: Metacritic [12]

A seção "*Metascore*" indica uma média de 40, com a descrição "Misturada ou Média", baseada em 53 críticas de especialistas. Abaixo, na seção "*User Score*", a média das avaliações dos usuários é de 5,9, também classificada como "Misturada ou Média", proveniente de 3.794 avaliações de usuários. O quadrado laranja destaca a média aritmética das avaliações dos críticos, enquanto o círculo laranja ressalta a média das notas atribuídas pelos usuários, evidenciando a discrepância entre as opiniões da crítica e do público.

Figura 5 - Avaliação do filme "Aves de Rapina: Alerquina e sua Emancipação Fantabulosa" no site Metacritic[13]



Fonte: Metacritic

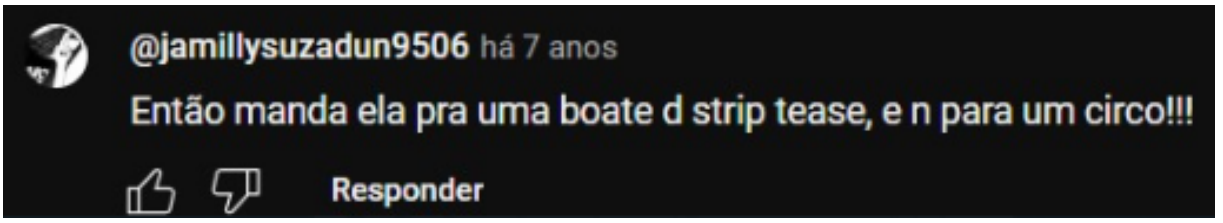
[12] Disponível em: https://www.metacritic.com/movie/suicide-squad/. Acesso em 20 de set de 2024.
[13] Disponível em: https://www.metacritic.com/movie/birds-of-prey-and-the-fantabulous-emancipation-of-one-harley-quinn. Acesso em 20 de set de 2024.

A seção "*Metascore*", “Aves de Rapina” apresenta uma média de 60, classificada como "Mista ou Média", baseada em 59 críticas de especialistas. Abaixo, na seção "*User Score*", a média das avaliações dos usuários é de 5,4, também classificada como "Mista ou Média", com base em 1.593 avaliações de usuários. O quadrado laranja representa a média aritmética das notas fornecidas pelos críticos, enquanto o círculo laranja destaca a média das avaliações dos usuários, refletindo a percepção mista tanto da crítica quanto do público sobre o filme.

Ademais, a análise de alguns comentários feitos por usuários da plataforma YouTube nos vídeos de *review* feitos pelo canal Ei Nerd, do produtor de conteúdo e dublador Peter Jordan, considerado um dos canais do nicho *geek* com público mais expressivo, contando com mais de 13,6 milhões de seguidores, percebe-se a verbalização da opinião do público masculino sobre os filmes.

No vídeo sobre “Esquadrão Suicida” são retratados comentários louvando e celebrando a objetificação das mulheres no filme, enquanto no vídeo sobre “Aves de Rapina” nota-se, além de comentários ofendendo o movimento feminista, e alguns criticando o não cumprimento com a agenda masculina, como o já conhecido “quem lacra não lucra”.

Figura 6 - Comentário no vídeo “Esquadrão Suicida: Coringa é o Robin?” [14]

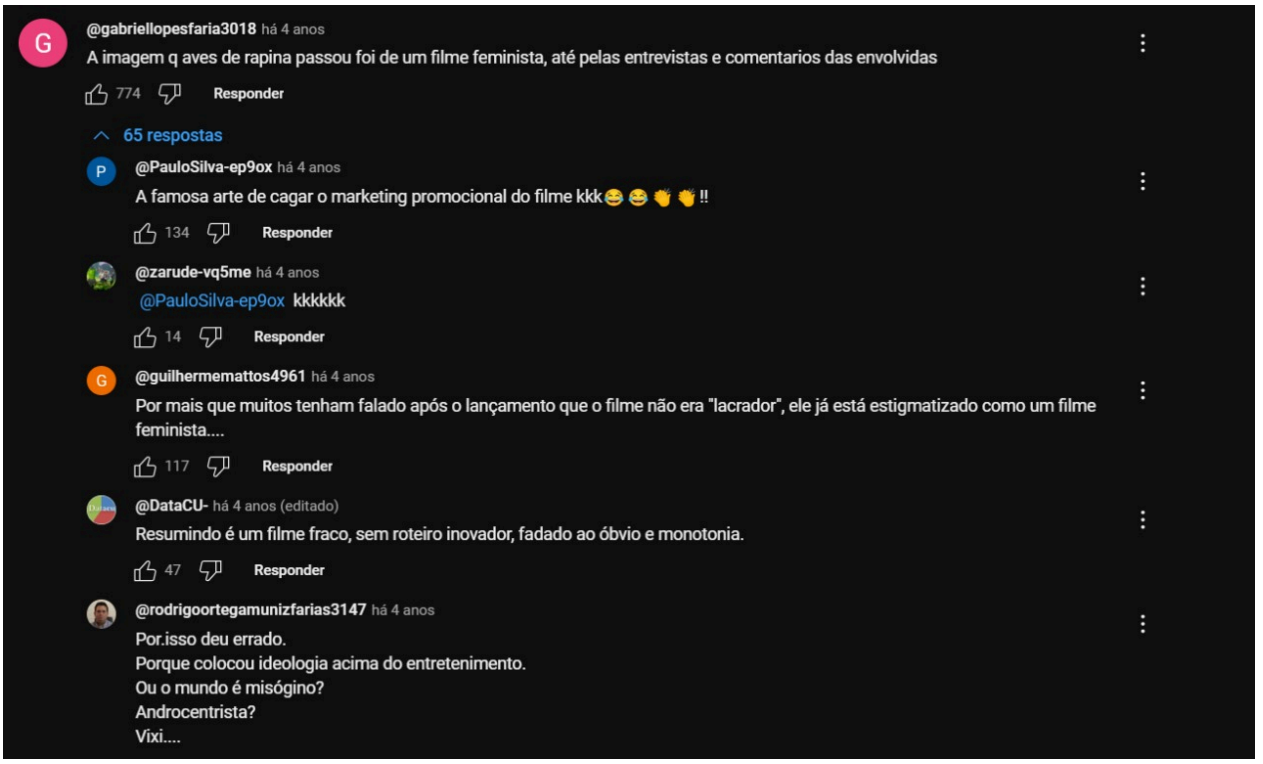


Fonte: Canal “Ei Nerd” - YouTube

Este comentário exemplifica o conceito *"male gaze"*, que se refere à objetificação das mulheres em produções audiovisuais. A afirmação de mandar uma mulher para uma "boate de *strip tease*" ao invés de um "circo", sugere que seu valor está apenas na performatividade sexual para o prazer masculino, ignorando sua individualidade e complexidade. Esse tipo de visão reforça estereótipos prejudiciais, reduzindo as personagens femininas a papéis subalternos, impactando a percepção social sobre as mulheres.

[14] Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=zjT0HCpMr6I. Acesso em 21 de set de 2024.

Figura 7 - Comentários no vídeo “Assisti Aves de Rapina: É Lacração? Valeu o ingresso?”[15]

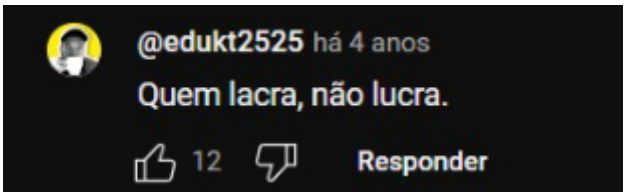


Fonte: Canal “Ei Nerd” - YouTube

Esse conjunto de comentários ilustra como o *"male gaze"* influencia a percepção de filmes que buscam representar a perspectiva feminina. O primeiro comentário sugere que "Aves de Rapina" é um filme feminista, mas as respostas indicam que muitos espectadores veem essa tentativa de valorização de forma negativa, como um erro de *marketing*. Termos como "lacre" e "filme fraco" refletem preconceitos que desmerecem o feminismo na narrativa, perpetuando a ideia de que filmes com protagonistas femininas são menos válidos ou interessantes. Além disso, o comentário que critica a ênfase na ideologia em detrimento do entretenimento revela um desconforto com a crítica de que o filme não deve ser considerado "lacrador". Essa resistência evidencia a dificuldade em reconhecer narrativas femininas, reforçando a visão masculina dominante na análise cultural.

[15] Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=lvlcK33G0r8. Acesso em 21 de set de 2024.

Figura 8 - Comentário do vídeo “Assisti Aves de Rapina: É Lacração? Valeu o ingresso?”[16]



Fonte: Canal “Ei Nerd” - YouTube

Portanto, fica evidente que, apesar da recepção positiva pela crítica, o público masculino tende, por vezes, a rejeitar a perspectiva feminina nas produções cinematográficas. Esse público utiliza a internet como plataforma para expressar sua insatisfação, manifestando ataques direcionados às mulheres e ao movimento feminista, além de gerar uma rejeição em massa nas plataformas de avaliação.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

À medida que busca-se maior equidade de gênero, é essencial analisar o impacto das produções midiáticas na representação feminina. O conceito de *"male gaze"* expõe como as mulheres são limitadas a papéis estereotipados e sexualizados, porém, vem sendo possível notar que há uma crescente resistência a essa visão. Os filmes “Esquadrão Suicida" (2016) e “Aves de Rapina" (2020) exemplificam essa mudança, mostrando a evolução da personagem Arlequina. No primeiro, ela é sexualizada e retratada sob uma perspectiva masculina, enquanto no segundo, sua representação é mais autônoma e alinhada a uma visão feminina.

A análise do "*male gaze*", desenvolvida por autores como John Berger (1972) e Laura Mulvey (1975), permanece relevante, pois evidencia como o cinema reflete e reforça a desigualdade de gênero. Simone de Beauvoir (1949) complementa essa visão ao discutir como as mulheres são historicamente retratadas como "o outro", subjugadas pela visão masculina dominante. As reações dos espectadores, especialmente os masculinos, tendem a reforçar estereótipos, criticando representações mais complexas e feministas, como observado em “Aves de Rapina”. Autores como Gill (2007) e Hooks (1996) também apontam que essa resistência não se limita à sexualização, mas inclui a reação negativa à diversidade étnica e à subversão de padrões convencionais de feminilidade.

[16] Disponível em: https://youtu.be/lvlcK33G0r8?si=_u3Ls5tOAnRt72XZ . Acesso em 21 de set de 2024.

Assim, conclui-se que, para que o cinema realmente reflita a diversidade e a complexidade de vivências femininas é necessário um esforço coletivo. Produtores, diretores, roteiristas, críticos e o público em geral compartilham a responsabilidade de transformar o meio audiovisual em um espaço em que as mulheres não sejam apenas representadas de forma justa, mas tenham suas histórias contadas com autenticidade, profundidade e respeito, rompendo definitivamente com os limites impostos pelo "*male gaze*".

REFERÊNCIAS

AdoroCinema. **Críticas dos espectadores sobre o filme Esquadrão Suicida (2016)**. Disponível em: https://www.adorocinema.com/filmes/filme-144185/criticas/espectadores/ Acesso em: 20 de set. 2024.

BEAUVOIR, Simone de. **O Segundo Sexo**. Tradução de Sérgio Milliet. 4. ed. São Paulo: Difusão Européia do Livro, 1967. 2 v.

BERGER, John. **Ways of Seeing**. Tradução de Nivaldo Francisco de Oliveira. 2. ed. London: Penguin Books, 1972.

CINE. **A crítica ao "male gaze" e capitalismo tardio feita por mulheres no cinema.** Mídia Ninja, [s. l.], 8 mar. 2024. Disponível em: https://midianinja.org/a-critica-ao-male-gaze-e-capitalismo-tardio-feita-por-mulheres-no-cinema/. Acesso em: 27 jun. 2024.

FUOCO, Gi del. **Olhar Masculino: como a mídia monta uma mulher para o público.** QG Feminista, Medium, 27 ago. 2019. Disponível em: https://shre.ink/DhMo. Acesso em: 27 jun. 2024.

GILL, Rosalind. **Gender and the Media**. Polity Press, 2007.

HOOKS, Bell. **Reel to Real: Race, Sex, and Class at the Movies.** New York: Routledge, 1996.

JORDAN, Peter. **Assisti Aves de Rapina: É Lacração? Valeu o ingresso?**. YouTube,07 de fevereiro de 2020. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=lvlcK33G0r8. Acesso em: 27 jun, 2024.

JORDAN, Peter. **Esquadrão Suicida: Coringa é o Robin?**. YouTube, 14 de agosto de 2015. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=zjT0HCpMr6I. Acesso em: 27 jun. 2024

LEITE, Rosana. **"Male Gaze": Ao retratar mulheres, as artes visuais muitas vezes o fazem pela perspectiva masculina.** MidiaNews, [s. l.], 4 jun. 2024. Disponível em: https://www.midianews.com.br/opiniao/male-gaze/470171. Acesso em: 27 jun. 2024.

LUA, Laura. **O Problema do "Male Gaze"**. YouTube, 15 de fevereiro de 2024. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=6UAUZmV9-iA. Acesso em: 27 jun. 2024.

MATHEUS, Clara. **A filosofia do erotismo e da objetificação | mimimidias.** YouTube, 16 de julho de 2020. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=5-KRyJLp0Hg. Acesso em: 27 jun. 2024.

___. **Love, Death + Robots: O "male gaze" da Netflix | mimimidias.** YouTube, 11 de abril de 2019. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=VEOB6fvbkOw. Acesso em: 27 jun. 2024.

Metacritc. Website que reúne críticas de álbuns, videogames, filmes, programas de televisão, DVDs e livros. Disponível: https://www.metacritic.com/movie/suicide-squad/ . Acesso em: 29 de Setembro.

___. Website que reúne críticas de álbuns, videogames, filmes, programas de televisão, DVDs e livros. Disponível: https://www.metacritic.com/movie/birds-of-prey-and-the-fantabulous-emancipation-of-one-harley-quinn/ . Acesso em: 29 de Setembro.

MULVEY, Laura. **Prazer Visual e Cinema Narrativo**. In: PELTIER, Denis. Cinema e Prazer Visual. Campinas: Papirus, 1990. p. 35-46.

Omelete. **Crítica: Aves de Rapina: Arlequina e Sua Emancipação Fantabulosa.** Disponível em: https://www.omelete.com.br/filmes/criticas/aves-de-rapina-arlequina-e-sua-emancipacao-fantabulosa. Acesso em: 20 de set. 2024.

PECINATO, Beatriz. **Cinema pode ajudar na reformulação de estereótipos atribuídos a mulheres.** Jornal da USP, 27 fev. 2020. Disponível em: https://jornal.usp.br/atualidades/cinema-pode-ajudar-na-reformulacao-de-estereotipos-atribuidos-a-mulheres/. Acesso em: 9 set. 2024.

PINHEIRO, Otavio. **“Aves de Rapina: Arlequina e sua Emancipação Fantabulosa” traz comédia, muita ação e mulheres poderosas | Crítica.** Poltrona Vip, [s.d.]. Disponível em: [link da página]. Acesso em: 28 de set. de 2024.

RODRIGUES, Filipe. **Arlequina e a hiper-sexualização de personagens femininas (de novo).** Medium, 8 ago. 2018. Disponível em: https://luisfilipers.medium.com/arlequina-e-a-hiper-sexualiza%C3%A7%C3%A3o-de-personagens-femininas-de-novo-1e3fe240f69. Acesso em: 20 de set. de 2024.

VERTOVINA. **Laura Mulvey e a tese do "Male Gaze"**. Vertovina, Medium, 29 mar. 2022. Disponível em: https://medium.com/vertovina/laura-mulvey-e-a-tese-do-male-gaze-aee880bb5279. Acesso em: 27 jun. 2024.

VUNTY, Rita Von. **A mulher na cultura.** YouTube, 5 de fevereiro de 2019. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=eckNexb8fU4. Acesso em: 27 de jun. de 2024.

Daiana Stasiak, João Rios Bastos, Jhully Enny Nascimento Arrais e Nathália Rezende Magalhães são responsáveis pela fidedignidade dos dados apresentados.

O OLHAR EM "PRA FRENTE, BRASIL" (1982)

Güinewer Inaê Bueno de Queiroz[1]
Rodrigo Cássio Oliveira[2]
Ana Rita Vidica[3]

RESUMO

O filme Pra Frente, Brasil (1982), em sua época de lançamento, toca o tema da ditadura de forma com que sua censura dialoga com a narrativa. O uso do olhar dentro da história, como o que pode ou não ser visto, se aproxima do conceito de visualidade como uma exposição da sociedade autoritária da época. No entanto, com a análise do filme, observa-se que a possível crítica ao regime ditatorial não encontra fruição, possivelmente devido à posição política do cineasta e da censura sofrida.

Palavras-chave: Cinema; Visualidade; Roberto Farias; Ditadura.

THE GAZE IN "PRA FRENTE, BRASIL" (1982)

ABSTRACT

The film Pra Frente, Brasil (1982), at the time of release, touches on the theme of dictatorship and its censorship relates to the narrative. The use of the gaze within it, as what can or can't be seen, nears the concepts of visuality as a display of the authoritarian society at the time. Yet, with the analysis of the film, it's observed that the possible criticism of the dictatorial regime doesn't find fruition, possibly due to the political position of the director and the censorship suffered.

Keywords: *Cinema; Visuality; Roberto Farias; Dictatorship.*

INTRODUÇÃO

O cinema, embora capaz de criar universos próprios dentro de suas produções, não é isento ou isolado de efeitos externos, principalmente no processo de desenvolvimento de uma obra. Cada trama possui diversas camadas complexas, planejadas e montadas por seus autores bastante influenciadas pelo contexto ao qual estão inseridas, embora não presas a ela. A forma de organização de cada filme ajuda a determinar a mensagem por trás dele, Jean-Claude Bernardet (2007) em seu livro *Brasil em tempo de Cinema,* buscou observar as

[1] Mestranda e bolsista da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Capes, Universidade Federal de Goiás (UFG), e-mail: guinewerinae@discente.ufg.br.
[2] Doutor em Filosofia (UFMG) e Docente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGCOM/UFG), Universidade Federal de Goiás (UFG), e-mail: rodrigocassio@ufg.br.
[3] Doutora em História e Docente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGCOM/UFG), Universidade Federal de Goiás (UFG), e-mail: ana_rita_vidica@ufg.br.

características comuns na organização dos filmes brasileiros na época do Cinema Novo, dando início ao que mais tarde se tornou uma forma de análise do cinema nacional como apresentado por Margarida Maria Adamatti (2016). Ao analisar os filmes, se atentando principalmente à trajetória dos personagens, Bernardet observava o discurso por trás de cada filme.

Como Adamatti apresentou, o autor se atentava à forma como cada filme era construído por seus cineastas dentro de suas realidades sociais e se o que diziam tinha relação com seus contextos. A autora diz que: "Com esse percurso enunciativo, ele compara a estrutura das obras com a estrutura do pensamento político dos cineastas" (Adamatti, 2016, p. 6). Tornando indissociável o contexto e o autor da obra produzida. O filme *Pra Frente, Brasil* (1982) de Roberto Farias é um clássico do cinema dos anos oitenta, dentro do período de redemocratização do país (1974-1985) que trata de assuntos polêmicos para a sua época de produção e que sofreu dura censura durante seu lançamento. Devido ao tema e seu impacto social no período de origem, diversos estudos buscam responder perguntas sobre a época e sobre o produto em si através de sua análise.

Embora não seja um filme da mesma época em que Bernardet desenvolveu seu método, a obra que analisaremos está dentro dos dois principais contextos observados pelo autor: brasileiro e o político. Mesmo que o contexto da discussão desenvolvida pelo autor seja outro, em que as diferenças de classes brasileiras e a representação destas no Cinema Novo eram foco, entendemos que a discussão trazida no filme sobre o Brasil da época torna pertinente a aproximação com este autor. Especialmente considerando que Bernardet também observa o cinema nacional de forma que nos dá abertura para encontrar as características específicas da produção brasileira por ele apontadas naquela época em um filme que veio depois. Mas não só isso, buscaremos observar principalmente como a ideia do "olhar", da "visão" é importante para o desenvolvimento do discurso deste filme. Analisando a presença deste na trajetória dos personagens e o uso da imagem destes olhares ou a privação destes como forma de produção de interpretação e relação com o sujeito alheio. Entendendo que:

> Isso significa considerar que as representações visuais e as imagens "são portadoras e mediadoras de significados e posições discursivas que contribuem para pensar o mundo e para pensar-nos a nós mesmos como sujeitos". (HERNÁNDEZ, 2011, apud Abreu; Álvarez; Monteles, 2019, p. 832).

Seguindo assim essa lógica proposta por Abreu, Álvarez e Monteles (2019) de que a partir do estudo reflexivo das imagens é possível extrair significados contidos nelas e que vão além delas. Nos atentando ao fato de que, tanto no contexto do espectador como aquele que assiste, reflete e produz sentido com base nas imagens, quanto do cineasta que produz tais imagens dentro de sua determinada realidade sócio-política há forças externas que interferem nessa interpretação. Por isso consideramos o conceito de visualidade tanto na produção do filme quanto na mensagem por ele inferida em suas imagens, considerando o contexto em que foi produzido.

Esse conceito, desenvolvido por Nicholas Mirzoeff (2016) tem ligação direta com os regimes e organizações sociais que regulam os efeitos materiais, controlando e separando os indivíduos. A visualidade segundo ele é "aquela autoridade que nos manda chispar e que supõe aquela reivindicação exclusiva da capacidade de ver." (Mirzoeff, 2016, p. 746). No caso específico de *Pra Frente, Brasil* (1982) se refere a sua produção dentro de um regime ditatorial militar em que a censura lhe foi aplicada e ao fato de que a trama do filme trata deste mesmo assunto.

CONTEXTO HISTÓRICO DO CINEMA BRASILEIRO NA DÉCADA DE 70

O Cinema brasileiro passou por diversas mudanças e atingiu novos horizontes a partir da segunda metade do século XX, especialmente com a fundação da estatal Embrafilme em 1969. A empresa que existia em conjunto com o Conselho Nacional de Cinema (CONCINE), teve seu ponto alto a partir da metade da década de 1970, momento em que o mercado cinematográfico brasileiro também se encontrava em alta. "Assim, entre 1974 e 1978, o número de espectadores de filmes nacionais dobrou – de 30 para 60 milhões – e a arrecadação em dólar subiu mais de 288%," explica Anita Simis (2016, p. 190) em sua pesquisa sobre a crise do cinema nacional. A autora também salienta que esse momento da indústria acompanhou o abrandamento da censura na mídia proporcionada pelo governo Geisel (1975-1979) que permitiu que outros tipos de filmes fossem produzidos.

Embora sua pesquisa tenha foco principalmente no que diz respeito à produção e popularização das pornochanchadas e dos filmes pornográficos explícitos que tinham maior espaço no cinema da época, esses não foram os únicos produtos cinematográficos de impacto naquele momento. Compreende-se o final da década de 1970 e primeiros anos da

década de 1980 como um momento de abertura para o cinema nacional, tal como um momento em que a política brasileira se afastava de seus anos mais sombrios. É neste contexto que filmes como “Paula - A história de uma subversiva” (1979), “Pra Frente, Brasil” (1982), “O Bom Burguês” (1983) e “Nunca fomos tão felizes” (1984) são lançados, trazendo discussões e representações dos anos de chumbo da ditadura civil-militar brasileira que antes não eram feitas. Embora os quatro filmes tratem do contexto da ditadura brasileira, para este artigo, o filme de 1982 foi escolhido para análise pelo fato de ser mais conhecido pela censura sofrida do governo diante de seu lançamento. Como o autor Wallace Andrioli Guedes (2016) aponta:

> O drama político que marcou o retorno de Farias à direção, após o período na presidência da Embrafilme, ocupou as páginas de jornais e revistas por meses por ter sido proibido pela Censura, transformou-se em símbolo da luta pelo retorno à democracia num momento de abertura política e consolidou-se na memória do período como primeiro filme a falar abertamente das arbitrariedades cometidas pela ditadura que chegava ao fim (...) (Guedes, 2016, p. 13)

É importante lembrar que, o diretor de *Pra Frente, Brasil*, Roberto Farias, também esteve no comando da estatal, a Embrafilme, entre os anos de 1974 e 1979. Por muitos anos a relação entre os cineastas e o Estado foi conturbada, especialmente por parte dos cinemanovistas[4] que possuíam ideais e interesses para o cinema nacional um tanto mais voltados para a proteção contra o colonialismo cultural e a discussão de temas mais próximos do povo brasileiro, como a fome. O autor José Mario Ortiz Ramos (1983), vai dizer que durante os primeiros anos de Embrafilme “Os cinemanovistas, mais uma vez preteridos, vão obviamente pressionar e questionar a criação da empresa e a forma de encaminhamento da política cinematográfica" (p. 90).

A proposta da estatal era muito diferente da proposta pensada para o cinema brasileiro que existia entre os cineastas e membros da cultura cinematográfica cinemanovista. Como Glauber Rocha apresenta em seu manifesto “A Estética da Fome”: “O cinema novo é um projeto que se realiza na política da fome, e sofre, por isto mesmo, todas as fraquezas conseqüentes [sic] de sua existência.” (Rocha, 2004, p. 67). O cineasta e outros

[4] Adeptos do movimento conhecido como Cinema Novo.

membros da vanguarda cinemanovista buscavam traçar essa linha entre a miséria e a latinidade, focando em uma produção mais revolucionária fora dos eixos comerciais.

Enquanto o Estado buscava apoiar financeira e legalmente a criação de um mercado cinematográfico no Brasil que não condizia cem por cento com esses ideais e que nasceu em uma época em que o AI-5 e as políticas de censura se estabeleciam e pressionavam as produções a se adequar. Embora alguns cineastas do Cinema Novo tenham eventualmente se aproximado do governo, Guedes (2016) cita a gestão de Roberto Farias na Embrafilme como ponto de virada. Na época, Farias também era presidente do Sindicato Nacional da Indústria Cinematográfica e foi um dos três nomes sugeridos para a liderança da Embrafilme.

O cineasta aponta seu relacionamento e um encontro seu com o então ministro da Educação e Cultura, Ney Braga, como parte importante por trás de sua nomeação: "E eu conversei com ele, eu era presidente do sindicato dos produtores, e aí falei com ele: 'olha, ministro, por favor, ouça a classe, veja direitinho, pensa num nome bom etc. e tal'" (Acervo AGCRJ, 31/08/1999 apud Guedes 2016, p. 238). Justificando a escolha também pelo fato de ser moderado politicamente em relação a outros cineastas da época.

Com uma série de mudanças no cenário brasileiro e o estabelecimento da Política Nacional da Cultura na década de 70, a Embrafilme surgia para financiar, co-produzir e distribuir os filmes e sob o comando de Farias encontrar ligações com as reivindicações dos produtores da época com o que era visto como parte oficial da cultura brasileira (Ramos, 1983). Com um aumento de capital de 6 para 80 milhões, segundo Ramos (1983), o período viu pontos como a obrigatoriedade de exibição de filmes por um determinado período de tempo e a criação de uma legislação protecionista que apoiava a produção e a distribuição comercial dos filmes da estatal.

Apesar de sua aproximação com o governo e da autocensura a que Guedes (2016) atribui seu trabalho em *Pra Frente, Brasil*, Farias ainda teve seu filme censurado e impedido de ir a Cannes, além de ter seu lançamento comercial adiado. O autor sugere que o

momento histórico em que o filme foi produzido, embora um momento de abertura política, limitaria a extensão a qual o diretor seria capaz de desenvolver sua crítica ao regime militar. Entretanto nota-se a presença do cineasta e da sociedade em que foi feito durante a trama do filme.

VISUALIDADE E DITADURA

O conceito de visualidade se atrela diretamente a regimes autoritários e estruturas de poder em que certos grupos possuem controle sobre os corpos e a autonomia de outras pessoas. Separa-se em um conjunto de *complexos* organizacionais presentes em diferentes épocas em que a forma como tais grupos reforçam seu poder sobre as diferentes parcelas da população se modificam, embora mantenham o mesmo ponto principal: o de restrição visual. São chamados de complexos pois vão além de uma simples forma de organização social, se tornando também parte da psique do indivíduo, como Mirzoeff (2016) explica:

> A imbricação resultante entre mentalidade e organização produz uma visualizada disposição estratégica de corpos e um treinamento das mentes, organizada para sustentar a segregação física entre governantes e governados e a aquiescência mental a tais arranjos. O complexo resultante tem volume e substância, formando um mundo vivo que pode ser visualizado e habitado (p. 752).

Essa autoridade sobre o olhar se torna tamanha que passa a ser parte daqueles que vivem dentro deste regime. Os três complexos apresentados pelo autor são: o complexo de *plantation*, mais ligado ao período da escravidão; o complexo imperial, ligado a colonização e a hierarquia civilizacional onde um grupo com "cultura" sobrepõe os "primitivos"; e o complexo industrial-militar, diretamente entrelaçado aos poderes militares e a contrainsurgência. É nesse último em que regimes como a ditadura civil-militar brasileira se encaixam, em que as autoridades observam o espaço em que residem como um campo de batalha sempre preparados para uma possível insurgência.

São governos ultra-vigilantes e controladores, que segregam os indivíduos física e metaforicamente manejando a população. Segundo o autor, isso pode ser considerado um "imaginário pós-panóptico porque só tem a intenção de controlar, ao invés de reformar, através da separação do "povo" dos "insurgentes"" (Mirzoeff, 2016, p. 760). Através de barreiras tanto físicas quanto imaginárias, como a utilização dos meios de comunicação para alienação populacional, a visualidade faz sua presença, como veremos na análise do filme.

A partir daí, surgem as contravisualidades, processos em que é colocado em questão as restrições feitas pelos regimes de visualidade. Podendo ser descritos como: “narrar uma alternativa a outras realidades, onde a presença, em geral invisibilizada do ‘outro’ e de outros contextos socioculturais, é requisitada” (Abreu; Álvarez; Monteles, 2019, p. 836). Produções e manifestações que contestam a hegemonia visual, trazendo à tona o que muitas vezes é escondido e separado por esses regimes de forma crítica ou apenas expositiva se enquadram na definição de contravisualidade. O filme "Pra frente, Brasil", apesar de deixar algumas inconclusões, como será observado adiante, pode ser visto como uma produção contravisual, na medida que se propõe a criticar o regime ditatorial vivido no Brasil em plena ditadura.

O OLHAR NO FILME “PRA FRENTE, BRASIL” (1982)

A película narra a história de Jofre (Reginaldo Faria), um trabalhador de classe média, que ao voltar para casa mais cedo de uma viagem, divide o táxi com um desconhecido e acaba sendo confundido com um membro da luta revolucionária. Com a morte do homem com quem dividia o táxi durante uma perseguição seguida de troca de tiros, Jofre é levado por um grupo da repressão e torturado por informações, tortura mostrada de forma bastante explícita. Enquanto o personagem está em cárcere, seu irmão, Miguel (Antônio Fagundes), e sua esposa, Marta (Natália do Valle), o procuram e acabam se tornando alvo de desconfiança da polícia. Os dois, em sua busca por Jofre, se envolvem com membros da guerrilha urbana - a qual a namorada de Miguel, Mariana (Elizabeth Savalla), faz parte - e entram em combate com a milícia repressora, liderada por Barreto (Carlos Zara).

Na cena em que Jofre é capturado pelo grupo paramilitar que antagoniza os protagonistas (Figura 1), ele é encapuzado e proibido de ver para onde está sendo levado. O primeiro sinal da repressão e da perda de controle sobre sua própria vida é mostrado quando seu direito de olhar é privado. Olhar que também é controlado e imposto sobre ele quando durante sua tortura, por volta do final do primeiro ato do filme, seus torturadores mostram imagens para ele tentando fazê-lo confessar que já viu certa pessoa e que é alguém parcialmente mostrado em uma foto. Esse controle sobre o corpo e a visão através da violência, em que o indivíduo considerado perigoso para o regime é separado da sociedade, é característica central do complexo industrial-militar.

Figura 1 - Jofre sendo sequestrado pelo grupo de Barreto (00:05:06).



Fonte: Screenshot retirada do filme Pra Frente, Brasil (1982)

Mais a frente no enredo, uma testemunha ocular aparece, um garçom em um estabelecimento próximo ao local onde Jofre foi pego. Ele está disposto a dizer o que viu à Miguel, mas tem seu ponto de vista negado pelo policial que acompanha o protagonista (Figura 2) e Miguel é levado para longe dele, sendo impedido ouvir o que o homem tem a dizer sobre o que viu. Ainda mais a frente, é mencionado que o garçom desapareceu e não há ninguém que saiba onde ele está. Esse direito de olhar e dizer o que foi visto remete a ideia de que "O direito, no direito a olhar, contesta primeiramente o direito de propriedade sobre outra pessoa, insistindo na autonomia irredutível de todas as pessoas, antes de qualquer lei." (Mirzoeff, 2016, p. 750).

Nesses casos citados dentro do filme, não só a visão dos personagens é obstruída, tanto física quanto figurativamente, como há também a sugestão de que ambos os personagens têm sua autonomia física, seus corpos, dominados por forças externas e levados para outro lugar onde não serão mais vistos. Em ambos os casos, o espectador também não tem uma visão do que acontece com o garçom e com Jofre após essa obstrução

de olhar ocorrer. O último só é visto novamente quando já se encontra na sala de tortura em um local desconhecido.

Figura 2 - Testemunha do ocorrido com Jofre que é repreendido e depois desaparece (00:30:07)



Fonte: Screenshot retirada do filme Pra Frente, Brasil (1982)

O olhar de Jofre se torna bastante impactante na história quando este o direciona para o espectador (Figura 3). É nesse momento em que quem assiste o filme é revelado como parte integrante e participativa da história, tornando Jofre alguém com quem pode se identificar e fazendo daquele que assiste ao filme uma testemunha de seu sofrimento. Jofre tenta justificar sua existência e as razões pelas quais não deveria estar ali, citando seu status apolítico, ao mesmo tempo de que de certa forma o separa de possíveis casos individuais aos quais aquela situação talvez se justificasse. Mesmo que considere que aquele tipo de tratamento não deveria ser destinado a ninguém, sua primeira defesa é sua característica apolítica, o que sugere uma alfinetada do cineasta a pessoas como Jofre. Dizendo: “mesmo sua passividade política não te protegeu disto”, embora essa característica apolítica também faça parte de Miguel e Marta que não mudam muito suas posições ao longo do filme.

Figura 3 - Jofre faz seu monólogo para a câmera (00:39:18)



Fonte: Screenshot retirada do filme Pra Frente, Brasil (1982)

Mirzoeff (2016) vai observar a exposição desses momentos de segregação e apagamento dos personagens como uma reivindicação do direito do olhar de pessoas como essas em sociedades regidas pela visualidade. O autor vai declarar o direito do olhar como uma busca pelo direito ao real, ao que existe mas não deveria dentro desses regimes, ao que é escondido. Esse confronto contravisual proporcionado pelo olhar de Jofre para a câmera, traz ao espectador a visão de algo que em sua sociedade existe, mas está além do que ele mesmo tem permissão de ver, finalmente o colocando como testemunha de tal ato.

Outro exemplo dentro da narrativa de como esta controla os olhares é através do uso do futebol. A trama do filme se passa no ano de 1970, entre o primeiro e o último jogo da Seleção Brasileira na Copa do Mundo de futebol. Portanto, o cenário político construído ao longo da trama é dividido com um panorama superficial de como a população da época estava entretida com as festividades e os jogos do evento mundial. De acordo com que as ações de Miguel se tornam mais rebeldes o uso do futebol se torna mais pontual. A Copa do Mundo é utilizada como forma de separar não só a população do que ocorre paralelamente,

como também de cortar a visão do próprio espectador que se insere como personagem externo à narrativa.

Enquanto Jofre é sequestrado, Miguel e seus colegas de trabalho estão entretidos com o primeiro jogo do Brasil e a celebração da vitória. Assim, o personagem se encontra completamente ignorante do que ocorre com o irmão. Mas a partir do momento em que Miguel passa a questionar o que está acontecendo, em um bar com a secretária de seu chefe, os comentários sobre a Copa do Mundo na TV ficam em plano de fundo e sua atenção é fisgada por Mariana em um encontro com um parceiro da guerrilha urbana. Durante uma blitz após a troca de tiros que levou à morte de um revolucionário, o rádio no carro de um guerrilheiro toca notícias políticas sobre o país e o exterior, mas com a troca de perspectiva para um cidadão comum e os militares, o rádio do outro carro toca comentários sobre a performance brasileira no mundial.

Para o cidadão comum que ouve sobre o jogo de futebol, pouco importa que a blitz ocorre pois acaba de haver um assassinato no meio da rua, ele apenas quer ir embora logo. Portanto, o uso do futebol como plano de fundo da trama serve também para encobrir informações, mortes e inocentar a população em sua rotineira ignorância quanto à realidade brasileira. Para Mirzoeff, o realismo existe na contravisualidade como uma "tentativa de chegar a um acordo com a tendência da modernidade de exceder a compreensão humana em sua subversão permanente das condições de existência" (2016, p. 750). Ou seja, apresenta o que existe e contesta as razões de sua existência. No contexto da época escolhida para o filme, Guedes aponta que:

> A lógica adotada é a do futebol como elemento alienante da população acerca da realidade política do país: população que, manipulada pela propaganda do regime, comemorara os gols do time de Pelé, Rivelino, Tostão, Jairzinho e companhia, como se nenhuma violência de fundo político acontecesse no Brasil naquele momento; população, mais uma vez, vitimizada, e, logo, inocentada. (Guedes, 2016, p. 108).

Bernardet (2007) já apontava que em meados da década de 50 e início da década de 60 o futebol já era apresentado em filmes brasileiros como forma de alienação coletiva. Este, em *Pra frente, Brasil*, proíbe também o olhar do espectador ao final do filme, quando a morte de Mariana após a perseguição com o grupo de repressão é acompanhada pela polícia. Não fica claro quem acabou matando a personagem e seu companheiro de guerrilha, se foram os comparsas que restaram do grupo de Barreto ou os policiais que se juntaram à perseguição de carro na rodovia. Tal informação, assim como o que acontece após a morte

de outro guerrilheiro e a captura de um dos amigos de Jofre e Miguel, é encoberta pelo filme. Neste caso em específico, pelas imagens da final da Copa de 1970, com o time brasileiro vencendo o jogo e erguendo a taça, intercaladas com as imagens de Mariana e seu companheiro já mortos, caídos no chão, enquanto Miguel corre em sua direção (Figura 4).

Figura 4 - Jogador da seleção erguendo a taça da Copa de 70 após a vitória (01:44:39)



Fonte: Screenshot retirada do filme Pra Frente, Brasil (1982)

Essas imagens colocadas de forma intercalada inferem diversos significados deixados em aberto para a interpretação do filme. Os autores Abreu, Álvarez e Monteles (2019, p. 833) apontam que as imagens "acabam sendo um elemento que participa ativamente na configuração de elementos simbólicos e, nesse sentido, também fazem parte da formação de subjetividades". Esse final aberto também é característica do cinema brasileiro apresentado por Bernardet (2007), que faz com que o espectador faça indagações sobre o filme além de deixar claro que o cineasta não propunha resolver o problema apresentado pelo filme.

Ao falar sobre os diferentes finais dos filmes brasileiros, Bernardet (2007) também comenta como, apesar de os finais ficarem abertos para a interpretação do espectador, os personagens principais não morrem pois sempre encontram energias para sobreviver. O

autor aponta como uma “exigência do herói” de Roberto Farias que outros personagens centrais da trama sejam mortos. Miguel não morre, mas a maioria dos personagens a sua volta sim, e a última imagem que temos dele é sua corrida em direção a Mariana com um olhar desesperado enquanto as imagens são intercaladas entre ele e a mulher morta.

A VISUALIDADE E BERNARDET

Ao tentar aproximar a leitura do cinema brasileiro feita por Bernardet de uma crítica apresentada por Barthes, Adamatti (2016) fala sobre como há nas produções uma contestação contra a burguesia na arte e na moral, mas sem nenhuma crítica política clara que force que a classe burguesa se identifique nas tramas. Adamatti discute essa apresentação rasa do que está sendo criticado ao ponto de que não exista forma de o espectador tomar consciência da realidade através do que assistiu durante o filme. Como uma crítica incompleta, algo é dito mas não em sua totalidade devido à incapacidade do autor de se desprender de sua própria condição ideológica/política.

Em *Pra Frente, Brasil*, isso ocorre em vários momentos do filme, essa quase-crítica é vista quando Farias se aproxima de pontos que podem tocar o governo da época e ao mesmo tempo se afasta deles jogando a culpa para outras pessoas ou deixando vago quem é o culpado por tal ato que é apresentado. Durante a cena em que o policial e Miguel encontram o garçom na lanchonete e o policial repreende o garçom por dizer o que viu, censurando seu olhar, o filme dá a entender que a polícia está envolvida no sequestro de Jofre. Fica suspenso e sem resposta, pois o garçom desapareceu e tal ponto é tocado no filme.

Quando Miguel e Marta estão sendo observados, com escutas em suas casas, a trama também dá a entender que o governo está envolvido, especialmente quando Miguel é levado ao DOPS por ter falado sobre censura e nenhuma na privacidade da casa de Marta. Em seu interrogatório com o delegado do DOPS, o oficial justifica as ações da polícia e do Estado com argumentos retirados da Doutrina de Segurança Nacional, que em sua essência foca na distinção entre o inimigo e o cidadão comum. O inimigo sendo ameaça presente e constante a estabilidade e segurança da Nação, da moral e da sociedade é algo que Bruno Bruziguessi Bueno (2014) como parte central da ideologia deste período:

> A DSN se baseou, portanto, na construção ideológica de uma ameaça interna e externa que precisava ser combatida. Assim, será pautada a deturpação da tradição marxista e a difamação do socialismo e dos socialistas, colocando como ameaça todos aqueles condizentes com o ideário revolucionário, sendo que a caracterização de subversivo será taxada como adjetivo para criminosos perigosos que tentam corromper os "cidadãos de bem". (Bueno, 2014, p. 53).

O delegado pressiona Miguel, declarando que eles se encontravam em uma situação de guerra e por isso meios extremos precisavam ser utilizados, em uma ameaça velada. Ele instiga o personagem a se posicionar e faz suposições sobre a "verdadeira" identidade de Jofre. Tal guerra é mencionada por Bueno (2014) como uma das duas formas que a Doutrina estabelece a sua estratégia, uma como "guerra insurrecional" visando depor o governo, e outra como "guerra revolucionária" que se baseia na imposição ideológica. Parte também do conceito de visualidade, ao qual Mirzoeff (2016) aproxima de uma necropolítica invisível que separa os indivíduos e os coloca em conflito dizendo "ou você está conosco ou está com os terroristas" (p. 760).

Figura 5 - Miguel é levado à delegacia do DOPS (00:47:56)



Fonte: Screenshot retirada do filme Pra Frente, Brasil (1982)

No entanto, isso também não é levado adiante, e mesmo as pessoas que torturam Jofre, principais antagonistas da história, são ditas como parte de uma organização a parte

que não tem filiação com o governo. A crítica nunca encontra fruição e passa a ser apenas uma exposição que não leva muito a lugar algum, jogando a culpa para outro grupo. Embora a classe média seja mostrada de forma negativa, colocando aqueles com poder econômico - como o chefe de Miguel - como os responsáveis por financiar essa organização repressora, o filme também os mostram como coitados aterrorizados e ameaçados, tentando proteger suas próprias vidas.

Ao fim, uma das situações mais claras dessa crítica inconclusiva, acontece ao final, quando a morte de Mariana não é mostrada em tela logo após a perseguição em que policiais e a milícia estavam presentes. Quem matou Mariana? De quem é a culpa por isso? Adamatti (2016) aponta que mais a frente em sua carreira, Bernardet passa a se opor ao vazio político em certos filmes, atribuindo isso aos termos metafísica e ornamental. A partir desses termos, surgia a crítica de Bernardet a filmes contemplativos e abrangentes que não tangiam de forma concreta temas políticos focando apenas em uma qualidade superficial. Como a autora explica: "Sutilmente, o critério é político; para o autor, palavras como qualidade e quantidade “revelam uma fuga da realidade e com as quais a classe média mascara seus problemas” (Bernardet, 2007, apud Adamatti, 2016, p. 11).

Pra Frente, Brasil (1982) é inegavelmente um filme político e contravisual, mas assim como seu cineasta - um homem considerado moderado pelo regime da época - a mensagem dentro dele segue o mesmo caminho. Os personagens principais, Marta, Miguel e Jofre não são personagens com vontades políticas, eles não se opõem ao governo da época ou a polícia, eles apenas querem salvar uns aos outros e sobreviver. Não há desejo de mudança, a partir do terceiro ato do filme Miguel é conduzido apenas pelo desejo de recuperar seu irmão vivo ou morto.

É possível argumentar que a censura sofrida pelo filme durante seu lançamento tenha influenciado no que foi mostrado para o público e que o diretor teve de encontrar maneiras de burlar essa imposição do governo para contar sua história. As características da visualidade, de obstrução do olhar e controle do que pode ser visto ou não, são bem representadas no filme na forma como este é montado, no entanto isso não muda a trajetória dos personagens e seus interesses pessoais. Indignado ou não com a situação em que vive, Miguel termina o filme com o mesmo pensamento apolítico do início.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Observa-se em *Pra Frente, Brasil* (1982) um uso cuidadoso do que é apresentado visualmente para inferir-se significados que vão além do que é dito. O uso do olhar dos personagens e da sua impossibilidade, da visão como algo que pode ser controlado e tomado pelo regime da época é uma característica do conceito de visualidade descrito por Mirzoeff (2016) em que o indivíduo perde autonomia de si fisicamente e de outras formas devido a autoridade de quem o governa. O que é visto e o que não é mostrado na montagem do filme também são utilizados como forma de inocentar a população da sociedade representada os colocando como ignorantes além de explicitar o controle por formas além da censura exercida pelo governo da época.

Isso de forma mais clara através do uso do futebol para desviar o olhar tanto dos personagens quanto do espectador do que está acontecendo na história, deixando certas questões, como a morte de Mariana, inconclusivas. A realidade da época trazida em tela contestando o que não é visto pela população geral mostram características do conceito de contravisualidade como parte do processo de produção do filme. Em que há o foco na apresentação de uma realidade obscurecida pela autoridade da época tanto dentro quanto fora da tela.

O uso mais impactante do olhar, não como questão de perspectiva do personagem mas como o ato real de olhar, ocorre com Jofre como forma de convidar e estabelecer o espectador como testemunha de tudo o que ocorre. Considerando as dificuldades enfrentadas na época em relação a censura e a posição de Farias no mercado cinematográfico brasileiro prévia à produção do filme como exposto por Guedes (2016), é inegável que tenha existido um certo cuidado no desenvolvimento da narrativa em ordem para que a trama não excedesse limites. Seja pela própria posição moderada politicamente.

E assim como na leitura de Adamatti (2016) de Bernadet (2007), o cineasta se encontra em seus personagens que, apesar de lutarem contra aspectos do regime vigente na época, se apresentam como apolíticos, moderados, sem intenção de mudar a sociedade em que vivem. O filme traz em sua imagem um conflito com o regime visual da época, mas quanto a narrativa dos personagens não chega a completar sua contestação. Não há transformação no pensamento político de Miguel, o protagonista, nem de Marta, sua

coadjuvante, que lutam por razões puramente pessoais, deixando a crítica aparentemente iniciada pelo filme, incompleta.

REFERÊNCIAS

ABREU, Carla Luzia de; ÁLVAREZ, Juan Sebastián Ospina; MONTELES, Nayara Joyse Silva. O que podemos aprender das contravisualidades? In: ENCONTRO NACIONAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PESQUISADORES EM ARTES PLÁSTICAS, 28, Origens, 2019, Cidade de Goiás. **Anais eletrônicos** [...] Goiânia: Universidade Federal de Goiás, 2019. p. 831-846. Disponível em:<https://anpap.org.br/anais/2019/PDF/ARTIGO/28encontro_____ABREU_Carla_Luzia_de_e_%C3%81LVAREZ_Juan_Sebasti%C3%A1n_Ospina_e_MONTELES_Nayara_Joyse_Silva_831-846.pdf> Acesso: 20 de set. 2024.

ADAMATTI, Margarida Maria. Brasil em tempo de cinema como método de análise fílmica de Jean-Claude Bernardet. **Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação** | E-compós, Brasília, v.19, n.3, set./dez. 2016. Disponível em: <https://e-compos.org.br/e-compos/article/view/1299/905> Acesso: 19 de set. 2024.

BERNARDET, Jean Claude. **Brasil em tempo de cinema: ensaio sobre o cinema brasileiro de 1958 a 1966**. Companhia das Letras, São Paulo. 2007. Acesso: 19 de set. 2024.

BUENO, Bruno Bruziguessi. Os Fundamentos da Doutrina de Segurança Nacional e seu Legado na Constituição do Estado Brasileiro Contemporâneo. **Revista Sul-Americana de Ciência Política**, v. 2, n. 1, 47-64. Disponível em: <https://periodicos.ufpel.edu.br/index.php/rsulacp/article/view/3311> Acesso: 25 de ago. 2024.

GUEDES, Wallace Andrioli. **Política como Produto: Pra Frente Brasil e o Cinema de Roberto Farias**. Tese de Doutorado em História - Instituto de Ciências Humanas e Filosofia, Universidade Federal Fluminense, Rio de Janeiro. 2016. Disponível em: <https://app.uff.br/riuff/bitstream/handle/1/14030/Tese-wallace-andrioli-guedes.pdf?sequence=1&isAllowed=y> Acesso: 01 de set. 2024.

MIRZOEFF, Nicholas. O Direito A Olhar. **ETD–Educ.Temat**. Digit. v.18, n. 4, p. 745-768. Campinas, SP. Out/dez 2016. Disponível em: <https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/etd/article/view/8646472/14496> Acesso: 20 de set. 2024.

Pra Frente, Brasil. Direção: Roberto Farias. Produção Executiva: Rogério Farias. Brasil, Rio de Janeiro. 1982. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=d3M-ybJiBZQ&t=3191s> Acesso: 24 de ago. 2024.

RAMOS, José Mario Ortiz. **Cinema, Estado e Lutas Culturais (Anos 50/60/70)**. Paz e Terra; Coleção Cinema Vol. 16. Rio de Janeiro, RJ. 1983. Disponível em: <https://pdfcoffee.com/ramos-jose-mario-ortiz-cinema-estado-e-lutas-culturaispdf-pdf-free.html> Acesso: 20 de set. 2024.

ROCHA, Glauber. **Revolução do Cinema Novo - Coleção Glauberiana**. Cosac & Naify: São Paulo, 2004. Acesso: 25 de ago. 2024.

SIMIS, Anita. A crise dos anos 1980 e a exibição cinematográfica. **Revista Eptic.** Digt. Vol. 18, nº 2, p. 188-199. Maio-agosto 2016. Disponível em: <https://periodicos.ufs.br/eptic/article/download/5223/pdf/14672> Acesso: 25 de ago. 2024.

Os autores são responsáveis pela fidedignidade dos dados apresentados.

O FILME JANELA INDISCRETA DE ALFRED HITCHCOCK SOB A ÓTICA DO ESQUEMA DE ACTANTES DE GREIMAS

Marcus Felipe Gouveia de Paula[1]
Ricardo Pavan[2]
Rodrigo Cássio Oliveira[3]

RESUMO

Este artigo busca realizar uma análise fílmica de *Janela Indiscreta* (1954) de Alfred Hitchcock de forma a propiciar a imersão do espectador-observador, convidado e instigado a todo tempo, a se envolver com o filme. A pesquisa utiliza o esquema de actantes de Algirdas-Julien Greimas (1979, 1983) para identificar como os diferentes elementos da narrativa se relacionam. Além disso, pretende-se avaliar uma possível transposição do sujeito-espectador como persona central do esquema e dentro do filme.

Palavras-chave: Esquema de actantes; Sujeito-espectador; Cinema e imersão; Hitchcock; Janela Indiscreta.

ALFRED HITCHCOCK'S FILM REAR WINDOW FROM THE PERSPECTIVE OF GREIMAS' ACTANT SCHEME

ABSTRACT

This article conducts a film analysis of Alfred Hitchcock's Rear Window (1954), aiming to immerse the spectator-observer, who is constantly invited and encouraged to engage with the film. The research applies Algirdas-Julien Greimas' (1979, 1983) actantial model to identify how different narrative elements interact. Additionally, the study seeks to assess a potential transposition of the spectator-subject as a central figure within the actantial scheme and the film itself.

Keywords: Actant scheme; Subject-spectator; Cinema and immersion; Hitchcock; Rear Window.

1 INTRODUÇÃO

Estudar o cinema clássico é se permitir transpor as barreiras do tempo para mergulhar num cosmo de linguagens, representações que marcaram épocas, técnicas, narrativas, referências estéticas e inovações capazes de reverberar historicamente inspirando e influenciando a arte e o cinema mundial.

[1]Mestrando em Comunicação, Universidade Federal de Goiás, UFG, Goiânia, Goiás, marcus.gouveia7@gmail.com.
[2]Doutor em Ciências da Comunicação, Universidade do Vale do Rio dos Sinos, docente do PPGCOM (FIC-UFG), rpavan@ufg.br.
[3]Doutor em Filosofia, Universidade Federal de Minas Gerais, docente do PPGCOM (FIC-UFG), rodrigocassio@ufg.br.

A visão de um espectador sentado assistindo passivamente um filme, seja no cinema ou em casa, não é condizente com a realidade, pois o público possui papel ativo ao assistir, desenvolve atividades de cognição e percepção durante a exibição. David Bordwell (1996, p. 32-33) afirma: "(...) ao ver um filme representativo, nos inspiramos nos esquemas derivados das nossas transações com o mundo de cada dia. (...) Baseamo-nos nestes esquemas, fazemos suposições, criamos expectativas, confirmamos e descartamos hipóteses".

O cineasta Alfred Hitchcock (1889-1980) é um dos expoentes do cinema clássico, tendo dirigido mais de 50 filmes em sua carreira. Considerado o "mestre do suspense" defendia o papel ativo do espectador. Truffaut (2004, p. 26) ao entrevistar Hitchcock escreve em seu livro:

> A arte de criar o suspense é ao mesmo tempo a de botar o público 'por dentro da jogada', fazendo-o participar do filme. Nesse terreno do espetáculo, um filme não é mais um jogo que se joga a dois (o diretor + seu filme) e sim a três (o diretor + seu filme + o público), e o suspense, (...) seu objetivo é nos emocionar mais, é levar nosso coração a bater mais forte (Truffaut, 2004, p. 26).

O crítico de cinema e diretor Peter Bogdanovich, conhecido por um artigo famoso, publicado em 1962, entrevistando Hitchcock, ao ser entrevistado para uma Mostra do Centro Cultural Banco do Brasil (2011, p. 362) sobre o mestre do suspense e suas obras complementa: "Mas você não é um espectador, você faz parte da história. Não há imagem sem você (o espectador), porque só você pode estar em suspense".

Dentro deste contexto, o filme Janela Indiscreta (1954) de Hitchcock, se configura como um objeto de estudo pertinente para se falar sobre suspense, desejo e transposição do espectador da poltrona para a trama enquanto sujeito ativo no filme.

O protagonista Jeff enclausurado em seu pequeno apartamento com uma perna quebrada a semanas assiste pela janela as histórias, durante o dia e a noite, do que se passa com seus vizinhos. Tal qual um espectador compenetrado em frente a uma tela, quem sabe maratonando uma série, vendo um filme, acompanhando um *reality show*. Tal qual um espectador ansioso pelo abrir das cortinas de um teatro aguardando que o espaço cênico lhe revele um grande espetáculo. Um admirador das artes visuais diante de pinturas e molduras diversas numa galeria. Um observador a perceber o espaço do outro rompendo aos poucos a barreira do olhar. Um *voyeur* invadindo os micro universos íntimos da vizinhança e convidando o público a bisbilhotar um pouco mais, a ir mais além, conforme a trama evolui para a resolução do mistério de um suposto assassinato.

O ‘eu espectador’ transita num circuito narrativo contínuo e reverberante de experimentação de posições, ora enquanto enunciatário/destinatário, ora enquanto sujeito participante. Este artigo tem como objetivo analisar a estrutura narrativa do filme Janela Indiscreta de Alfred Hitchcock a partir da semiótica do esquema de actantes de Algirdas-Julien Greimas, para verificar as variações de posições que o espectador assume.

Greimas (1983, p. 53), enquanto expoente do estruturalismo linguístico acredita que a narrativa e a linguagem possuem estruturas internas que organizam o significado, um conjunto de ações e papéis que seguem padrões regulares que ele chamou de esquema actancial. Um estudo que sobrepõe a significação de palavras investigando de que maneira elementos semânticos se estruturam numa narrativa e como desenvolvem relações entre si. Os actantes básicos incluem o sujeito, o objeto, o emissor, o destinatário, o adjuvante e o oponente.

> Todo discurso é uma tentativa de organizar o mundo em estruturas que fazem sentido para o sujeito. (...) O sujeito é definido não em si, mas na medida em que se relaciona com um objeto. O sujeito age, age sobre o objeto, e age também sobre as forças que o ajudam ou o atrapalham no processo (Greimas, 1983, p.53).

Este artigo propõe analisar os actantes sob duas perspectivas. Primeiramente trazendo como sujeito central o protagonista Jeff e deflagrando sua narrativa, de forma clara e objetiva, como um guia de desenvolvimento da trama. Posteriormente, com base em todo o estudo realizado, transpor o esquema, inserindo o Espectador como sujeito de destaque dentro do contexto da obra e como os demais elementos do esquema se configuram a partir desta ótica.

2 CONTEXTO DO FILME JANELA INDISCRETA

Janela Indiscreta (*Rear Window*) foi produzido em 1954, baseado num conto chamado *It Had to Be Murder* (Tem que ter sido assassinato) de um escritor de suspense, Cornell Woolrich, publicado pela primeira vez em 1942. Hitchcock comprou os direitos da obra para adaptá-la para o cinema contando como roteirista John Michael Hayes e uma produção do Estúdio Paramount.

O filme gira em torno da rotina do fotógrafo Jeff (James Stewart), confinado e entediado em seu pequeno apartamento, numa cadeira de rodas com a perna quebrada, após ter sofrido um acidente de trabalho. Ele passa seus dias observando a vida de seus

vizinhos, habitantes de um conglomerado de pequenos apartamentos. A trama se inicia com uma sequência em movimento revelando um pouco da história dos personagens da vizinhança, que acabam recebendo apelidos por parte de Jeff conforme o ato de espiar se torna um hábito de distração e diversão. Um casal a dormir na varanda com seu cachorro; um compositor; um casal apaixonado de recém-casados; uma senhora solitária (Sr.ª Coração Solitário); uma bailarina (Sr.ª Torso); uma escultora; um trio formado pelo pai, mãe e filha e, um outro casal, os Thorwald. Jeff vivencia um momento delicado em seu relacionamento com Lisa (Grace Kelly) por causa de certas incompatibilidades que ele julga gritantes. A elegante e loira modelo vive uma vida sofisticada em Manhattan e deseja se casar com Jeff. Este, todavia, é cético quanto à questão do matrimônio e não abre mão de sua liberdade para viajar pelo mundo em busca de aventuras em sua profissão.

Jeff recebe visitas constantes de Stella, uma mulher de meia idade, enfermeira e massagista que o ajuda na recuperação da perna, trazendo sempre comentários sobre a importância do casamento e tecendo críticas às novas gerações, crises sociais e ao fato de Jeff bisbilhotar a vida alheia pela janela.

Conforme os dias passam, Jeff se depara com a suspeita de que seu vizinho Lars Thorwald (Raymond Burr) tenha assassinado a esposa. A partir daí a trama se torna uma empolgante e intrigante investigação de Jeff para tentar desvendar o mistério, compartilhando suas constatações com o amigo e detetive Thomas (Wendell Corey) que não acredita nos indícios do delito. Lisa e Stella também, de início, não acreditam, mas com o avançar dos fatos, ambas se tornam participantes indispensáveis à descoberta. Se Jeff representa os olhos atentos da investigação e o pensamento astuto a ligar fatos, Lisa e Stella, por vez, rompem a barreira espacial de somente observar, partem para a ação, descem para o pátio correndo riscos, mas empolgadas em poder investigar. Jeff passa a enxergar ambas as personagens por um outro viés, de admiração e parceria, a partir do momento que se colocam à prova diante do perigo, sobretudo, Lisa, quando invade o apartamento de Thorwald em busca de vestígios.

Tempo e espaço são duas premissas presentes que permitem unificar a ação e instigar a percepção do público.

> A história começa na quarta-feira e atinge o seu clímax no sábado, cada dia perfeitamente demarcado e com um claro ritmo alternado estabelecido entre o dia e a noite. A unidade temporal é fortalecida por meio de uma série de prazos: Thorwald pode sair antes que Jeff consiga provar que o assassinato ocorreu,

> Thorwald pode prejudicar Lisa antes da chegada da polícia, (...) O observador assim, ele constrói a história usando informações não apenas sobre a causalidade, mas também sobre a duração e os limites que regem a ação (Bordwell, 1996, p. 41).

Quanto ao espaço, o espectador percebe o confinamento no pequeno apartamento, com algumas exceções, onde se vê, basicamente, o que Jeff enxerga. O público se familiariza com o local, logo se sente convidado a estar no espaço e acompanhar a trama junto dos personagens, mas ganhando também autonomia para investigar, olhar e desejar que o crime se confirme.

Capistrano no catálogo da Mostra Hitchcock do Centro Cultural Banco do Brasil (2011, p. 122) a respeito do inconsciente homicida e das emoções trazidas pelo suspense, completa:

> O tom melancólico e claustrofóbico do filme não metaforiza apenas o dispositivo cinematográfico como um espaço para "exorcizar demônios", mas também comparece a própria crise do cinema como o espetáculo audiovisual dominante a partir da emergência da televisão. Através da janela/tela, Jeff observa várias outras janelas que evidenciam uma profunda atomização social, em função da qual os indivíduos são cada vez mais reduzidos, como ele próprio, ao estatuto de espectadores ou voyeurs solitários (Centro Cultural Banco do Brasil, 2011, p. 122).

Segundo John Belton (2000, p. 41), Janela Indiscreta é considerado um filme sobre assistir filmes. Pela janela, é possível acompanhar várias telas de cinema em miniatura. Jeff se equipara a um espectador no cinema, sentado, no escuro. Assim dispõe:

> Sentado imóvel no cinema, isolado do resto da audiência em virtude da escuridão, o espectador é basicamente deixado de lado para espiar secretamente a ilusão de um mundo privado exibido na tela. Por sua vez, este mundo na tela funciona como uma imagem projetada da própria fantasia subjetiva do espectador (Belton, 2000, p. 41).

Para Caprino (2018, p. 41) o filme reflete dois contrapontos, enquanto produção exemplar do cinema clássico e também, interagindo com o moderno, por meio de técnicas, a abordagem da psique humana e a própria narratividade. O filme teatraliza a ironia, o humor, o medo, a expectativa e faz pensar sobre o papel do espectador enquanto observador e participante de um espetáculo.

3 REVISÃO TEÓRICA E METODOLÓGICA

Estudar narrativas no cinema engloba analisar de que maneira histórias são contadas levando em consideração os elementos cinematográficos tais como: imagem, movimento,

diálogos, etc. Na literatura existe uma vasta relação de modelos e formas para se analisar as narrativas.

Algirdas-Julien Greimas (1966, apud Aumont e Marie, 2004, p. 130), ao estudar a Semântica Estrutural, se preocupa com a questão da significação, levando em consideração duas variáveis, os "termos" e a "relação que existe entre si": a percepção dos termos e a percepção da relação. Em outras palavras, estuda o par da conjunção e disjunção. Por exemplo, no caso da oposição entre as cores branca e preta, há que se falar numa disjunção (a percepção da oposição de significações) e em uma conjunção (a percepção da relação por se tratarem de duas cores comparáveis).

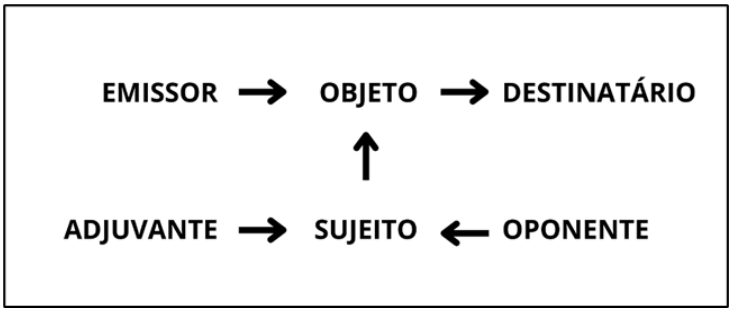
Greimas (1983) desenvolveu o modelo actancial, também chamado de Código ou Esquema de Actantes, partindo das 31 funções de Propp. Propõe a criação de um inventário reduzido de unidades menores chamadas actantes. Segundo Greimas e Courtés (1979 p. 20), "actante é uma unidade sintática de caráter propriamente formal que designa aquele que realiza ou sofre o ato independentemente de qualquer outra determinação". São seres ou coisas que participam do processo, sejam pessoas, animais ou objetos. O termo não se limita ao conceito de personagens apenas, são papéis fundamentais e abstratos passíveis de funções específicas, trabalhadas em opostos: sujeito/objeto; emissor/destinatário; adjuvante/oponente.

Para Saniz Balderrama (2008, p. 97):

> O actante, portanto, não designa apenas o herói. O personagem representado pelo actante pode variar desde o fenômeno mais simples, como a máscara ou o figurino do ator, até o mais complexo, como um estado psicológico ou uma exaltação lírica. (...) O actante é definido, portanto, não por um caráter, mas pelos princípios e meios da ação: um desejo, um dever, um conhecimento, de natureza e intensidade variáveis (Saniz Balderrama, 2008, p. 97).

O Esquema de Actantes (figura 1) assim, pode ser aplicado a qualquer micro universo.

Figura 1 - Esquema de Actantes de A-J Greimas



Fonte: Aumont e Marie (2004)

Ainda de acordo com Saniz Balderrama (2008, p. 98), no esquema de Greimas podemos identificar seis funções: 1) um sujeito que deseja, aquele que realiza a ação; 2) um objeto, alvo da ação seja dinheiro, honra, felicidade, poder ou qualquer outro valor; 3) um adjuvante, aliado ou assistente; 4) um oponente, antagonista ao sujeito; 5) um emissor, a entidade que motiva o sujeito a agir e, 6) um destinatário, para quem a ação é direcionada. Os actantes podem ser de natureza social, ideológica ou moral, Deus, a liberdade, o crime, luxúria, ambição, um fantasma, consciência, justiça, etc.

O sujeito é quem faz a ação, o objeto é o que o sujeito deseja. Para Queiroz e Silva (2010, p. 59), "o eixo que une sujeito/objeto é o desejo, a procura. O movimento de um sujeito frente ao objeto realiza o efeito de sentido, desejo, manifestado sob a forma de uma procura".

O eixo do emissor/destinatário funciona como a relação de uma figura mandante que direciona o sujeito em sua jornada perante o objeto para que este seja direcionado ao destinatário, cujo campo de atividade acaba se fundindo ao do sujeito-herói. Este eixo é o do saber e da comunicação, pois parte de um saber situacional, um contrato, uma demanda motivacional do emissor para que o objeto seja trabalhado e assim alcançar seu destinatário, para que haja uma transmissão do saber e para que algo seja comunicado.

Para Greimas (1983, p. 234) a categoria adjuvante/oponente é um conjunto de "participantes circunstanciais" onde existem duas forças opostas, a da ajuda e do obstáculo, quase forças do bem e do mal. Estão no domínio do poder para impulsionar o sujeito rumo à ação ou impedi-lo.

O esquema do autor é capaz de identificar personagens e as funções que desempenham, avaliar as relações entre os actantes e os objetos do desejo na narrativa e explorar como os conflitos e auxílios reverberam na evolução da história (Saniz Balderrama, 2008, p. 102). Seu objetivo não é engessar os elementos narrativos, mas permitir compreender as lógicas existentes entre os actantes de maneira a refletir sobre como as relações estimulam o caminhar da trama e sua condução.

4 ANÁLISE

Com base no esquema de actantes de Greimas (1983) é possível, diante da análise, esboçar diversas possibilidades de montagem. O proposto leva em consideração a narrativa, os caminhos direcionados pelo filme enquanto espetáculo para que de uma forma simples seja possível entender do que se trata a obra e o que ela representa.

Vale atentar que ao inserir o sujeito no universo narrativo Greimas (1983) em seu esquema não estabelece um actante de espaço, um cenário, um lugar relevante ao se desenhar a trama. Em Janela Indiscreta o ambiente do apartamento do protagonista com sua imensa janela se assemelha à plateia de um teatro ou cinema frente ao palco ou a tela onde a história acontece (ver figura 2). Um pátio, um jardim e todos os micro universos que se revelam por meio de outras janelas/telas que mostram a rotina de uma vizinhança diversificada. Tudo está ali, a um olhar de distância, à disposição do sujeito.

Figura 2 - Cenário Apartamento (frame do filme)



Fonte: Janela Indiscreta (1954)

O espaço cinematográfico do filme é o pequeno apartamento de Jeff. A ação se realiza num espaço restrito, uma única unidade cenográfica como no palco de um espetáculo teatral. Movimentos de câmera limitados oferecem a sensação de confinamento revelando as possibilidades espaciais do local: a porta de entrada, Stella fazendo massagem em Jeff na cama, Jeff na cadeira de rodas, o entregador com o jantar, Lisa na cozinha, Lisa deitada na cama, etc.

Frente aos conceitos estabelecidos de actantes, enquanto forças atuantes participantes do processo, que possuem funções específicas por meio da ação, é possível criar o seguinte esquema de actantes de Greimas para o filme Janela Indiscreta:

Figura 3 - Esquema de Actantes de Janela Indiscreta



Fonte: elaborado pelo autor (2024)

O sujeito é o protagonista L.B. 'Jeff' Jefferies (figura 4). Personagem central que conduz a trama. Tal identificação ocorre logo no início do filme diante da câmera mais fechada em movimento em seu apartamento dando destaque ao seu revelar, diferentemente das imagens gerais e panorâmicas dos vizinhos em seus universos reduzidos e distantes. Na sequência o "prólogo" que evidencia os detalhes do apartamento serve de preparação para o espectador contextualizar e descobrir as informações mais básicas sobre quem é o sujeito.

Figura 4 - Jeff (frame do filme)



Fonte: Janela Indiscreta (1954)

Todo sujeito se relaciona a um objeto, elemento diretamente vinculado ao conflito estabelecido na trama, que norteia as ações do protagonista, o alvo das ações do sujeito. O objeto é o mistério do crime. Jeff desde o início demonstra o prazer que tem em observar a vida alheia, todavia, esse desejo se intensifica diante do suspense envolvendo o possível assassinato da senhora Thorwald. O objeto é primeiramente exposto na madrugada chuvosa, onde se escuta um grito e um barulho seguido dos desdobramentos da saída misteriosa do senhor Thorwald do apartamento com uma maleta suspeita. Com o evoluir do filme outras constatações parecem evidenciar ainda mais o objeto que deixa de ser um desejo para se

tornar uma obsessão, a ponto, de se torcer para que o vizinho realmente tenha cometido o crime.

No eixo do saber o que leva Jeff a explorar o objeto? Desejar tanto resolver o crime? O actante do emissor pode ser representado pela curiosidade, pelo voyeurismo. O fato de estar entediado numa cadeira de rodas com a perna quebrada estimulou a ação de observar os vizinhos que se torna cada vez mais intensa e obstinada. Um hábito deflagrado logo no início do filme e que acompanha toda a trajetória de Jeff. Xavier (2003, p. 73) afirma:

> (...) e a vida desfila diante de seu olhar como no cinema, seja porque lá estão as várias janelas enquadrando as diferentes experiências (os diversos filmes que ele tem a escolher), seja porque certos detalhes de sua prática de voyeur colocam-no quase como uma ilustração da teoria de dispositivo cinematográfico formulada por Jean-Louis Baudry: imobilidade, investimento de energia no olhar, prazer nessa posição de "tudo perceber", regressão infantil (Xavier, 2003, p.73).

O destinatário, a entidade para a qual a ação é direcionada é o espectador, o público. A narrativa é conduzida de forma a estimular o espectador que não tem nada de passivo em sua participação. Confabula hipóteses, as coloca à prova, é convidado a transgredir os limites da privacidade do outro e a ingressar dentro da história. A montagem desde o início evidencia este intuito do filme.

O suspense acompanha a ação crescente da obra com a chegada da noite, um grito, algo parece se quebrar. Chuva na madrugada. Trilha sonora. Jeff dorme e acorda várias vezes e se depara com cenas inusitadas: o Compositor bêbado, a Bailarina chegando tarde e não permitindo a entrada de alguém em seu apartamento, trancando a porta, Thorwald saindo e voltando de casa com maleta misteriosa diversas vezes. Segredos da madrugada. Jeff acompanha algumas dessas cenas, o que convida o espectador a olhar mais. Jeff dorme, mas a torcida é para que ele acorde para não perder nenhum acontecimento. Ele perde. Somente o espectador consegue ver Thorwald saindo do apartamento com uma mulher misteriosa. Algo é revelado, compartilhado. Um presente único e exclusivo para o espectador que ganha autonomia em relação a Jeff. O público continuará a acompanhá-lo, mas agora, o espectador também se torna personagem do filme e possui informações que ninguém mais possui. Triunfo de poder que estimula o desejo pelo mistério e a busca por respostas.

No actante adjuvante, aquele que colabora e auxilia o sujeito é possível categorizar três personagens. Primeiramente Lisa, ainda que na primeira parte do filme se apresente um

descompasso de relação com Jeff, se torna uma exímia aliada com um importante ponto de virada na trama.

Jeff durante uma noite compartilha com Lisa suas constatações sobre o possível crime. Lisa em seu vestido preto fala sobre morte, se assusta quando o namorado indaga: “Como se esquarteja um corpo humano?” Ela critica o fato de Jeff bisbilhotar a vida alheia. Uma verdadeira partida de pingue pongue ritmado e empatado se estabelece no diálogo, com Jeff indagando e levantando hipóteses, questionando possibilidades. E o jogo se inverte, Lisa toma conta da situação fazendo suas considerações. O jogo de planos e contraplanos acompanha o ritmo. Contudo num determinado instante o plano se fecha no rosto de Lisa captando sua expressão de surpresa. Silêncio. A imagem se volta para Thorwald amarrando um grande baú, e o colchão revirado ao fundo. A câmera então caminha até se fechar novamente no rosto de Lisa ao falar: “Vamos começar novamente. Diga-me tudo que viu e o que acha que significa”.

Bordwell (1996, p. 43) sobre a cena constata, “Sua observação reitera concisamente a estratégia do filme de fornecer informações sensoriais (“Tudo o que você viu”) e forçar Jeff (e nós) a interpretá-las (“E o que você acha que significa”)”.

A partir deste instante, Lisa ‘veste a personagem’ da investigadora para ajudar Jeff, seja como um despertar para a constatação da possibilidade do crime, seja enquanto artifício para se aproximar do namorado e mostrar um outro lado de sua personalidade. Hipóteses que não desconstroem seu valor. Lisa participa na busca por provas como a procura pela informação da caixa postal, a entrega do bilhete por baixo da porta e a invasão ao apartamento do suspeito, a ponto de ser presa por isso.

A segunda adjuvante é Stella, a enfermeira, tão direta em seus comentários e conselhos sobre a vida, sobre o casamento, criticando o voyeurismo. Mas, numa virada de chave, passa a se interessar pelo mistério e se torna parceira de Jeff e posteriormente de Lisa. Seu ponto de virada se dá durante o café da manhã, quando comicamente, indaga onde o assassino poderia ter esquartejado a esposa. Stella auxilia na busca pela placa do caminhão que levou o baú do apartamento de Thorwald e depois, tenta desenterrar evidências no jardim.

Por fim, o terceiro adjuvante é o amigo e detetive Thomas que auxilia Jeff realizando pequenas investigações passíveis de serem feitas somente pela polícia trazendo informações relevantes para o amigo. Sua inserção no filme se dá ao telefone quando Jeff pede que o

visite para falar sobre um assassinato no bairro. Presencialmente, apesar de não acreditar num provável homicídio, afirma que irá investigar para onde a senhora Thorwald possa ter ido. Thomas tem papel preponderante enquanto autoridade de segurança ao ingressar no apartamento do suspeito prestes a agredir Lisa, posteriormente, ao salvar Jeff da agressão de Thorwald e na conclusão das investigações com o suspeito agora preso.

Por fim, no actante oponente, Thorwald assume essa posição diante do antagonismo que representa frente a Jeff. Ele dificulta o processo de desvendar o crime, seja pela sua própria condução ao ocultar possíveis provas e ao se tornar uma ameaça em potencial à segurança de Jeff e seus adjuvantes. Três momentos se destacam.

O primeiro, quando o personagem está voltando para a janela, quebra a quarta parede olhando para a câmera pela primeira vez no filme. Isto oferece ao público a sensação de 'fomos descobertos', assustando Jeff que se esconde na penumbra.

O segundo, quando Lisa está no apartamento dele tentando mostrar a aliança da Sra. Thorwald a Jeff. O vizinho se vira para a janela, olha para a câmera, conseguindo identificar Jeff, Stella e o espectador do outro lado, rompendo novamente a quarta parede. Momento de espanto, vulnerabilidade e insegurança.

E o terceiro, no ápice do suspense, quando Thorwald invade o apartamento de Jeff. Lisa foi levada para a delegacia, Stella vai até lá para garantir a fiança. Jeff tenta ligar para Thomas. Logo depois, o telefone toca, mas ninguém fala nada. Sons de passos no corredor são escutados e de repente, Thorwald entra no apartamento. Silhuetas, sombras. A trilha se intensifica para travar uma luta corporal entre protagonista e antagonista. Lisa, Thomas e a polícia chegam no apartamento do suspeito quando escutam Jeff gritar. Thorwald é preso, mas não antes de derrubar Jeff pela janela.

Assim, o esquema de actantes de Greimas (1983) aplicado ao filme poderia ser resumido: Jeff (sujeito) protagonista que deseja descobrir a verdade sobre o vizinho; tendo como objeto motivacional o mistério do crime. O destinador é o impulso de curiosidade e o voyeurismo de Jeff que o conduz rumo ao objeto, tendo como destinatário: o próprio espectador e a sociedade (representada indiretamente), que se beneficiam da revelação da verdade. Como adjuvantes inserem-se Lisa, a enfermeira Stella e o amigo Thomas. E, enquanto oponente, Thorwald, o vizinho suspeito, que representa a força a impedir Jeff de obter o objeto.

Mudando a perspectiva do esquema de actantes, transpondo a figura do espectador para dentro do filme, tal como se percebe enquanto proposta narrativa de Hitchcock, um novo esboço pode ser proposto:

Figura 5 - Esquema de Actantes do Espectador



Fonte: elaborado pelo autor (2024)

Na condição de sujeito, o espectador é o protagonista oculto que, passo a passo, é chamado a adentrar no filme ao acompanhar a história de Jeff explorando os micro universos possíveis da vizinhança e permitindo transgredir os limites do espaço do outro. É mais um personagem que entra no apartamento do fotógrafo e é convidado a espiar. A figura 6 representaria imageticamente como o espectador aos poucos é inserido na cena. Na figura o homem de terno é Thomas, o amigo de Jeff, mas, poderia ser qualquer espectador ou espectadora ao se engajar na trama assumindo papel cada vez mais ativo no mistério.

Figura 6 - Representação do(a) espectador(a) (frame do filme)



Fonte: Janela Indiscreta (1954)

O objeto de ação do espectador-sujeito é o voyeurismo, o desejo, o prazer em olhar, em violar a privacidade alheia, quase como uma compulsão que surge diante do gatilho da imobilidade física, da atenção penetrante na narrativa enquanto está no sofá de casa ou na poltrona do cinema, ou do teatro, vendo o espetáculo. Desde o primeiro frame do filme o espectador é estimulado a mergulhar pela janela indiscreta.

O emissor, que motiva o envolvimento com o observar proibido, pode ser o próprio Hitchcock, diretor do filme, ao pensar todas as estratégias, nuances e escolhas possíveis na concepção, filmagem e decupagem da obra.

Roskens, Terto e Pinheiro (2011, p. 9) citam um pronunciamento de Hitchcock durante uma coletiva de imprensa em Hollywood em 1947:

> Estou disposto a proporcionar ao público choques morais benéficos. A civilização tornou-se tão protetora que já não é possível proporcionarmos a nós mesmo, instintivamente, o calafrio. Por isso é que convém provocar esse choque artificialmente, para desentorpecer as pessoas, para que elas recuperem o seu equilíbrio moral. Acho que o cinema é a melhor maneira de alcançar esse resultado (Centro Cultural Banco do Brasil, 2011, p. 9).

O destinatário seria o próprio espectador em si ao chegar no fim do filme completando o ciclo da transgressão, acompanhando o que foi iniciado por Jeff.

Para Xavier (2003, p. 77), “na superfície, trata-se de fazer justiça, prender o criminoso; mas o movimento mais fundo é a construção de Thorwald como um duplo, aquele que comete o crime simbolicamente no lugar do *voyeur*, para o prazer do *voyeur* e salva-o da culpa”.

Jeff é culpado por transgredir a lei, invadir a privacidade alheia, desempenhar funções de responsabilidade da polícia, se colocar em perigo e outros também, mas tudo se justifica. A culpa é absorvida pelo fato dele se achar estar certo sobre a existência do crime. “Os fins justificam os meios”, a frase de Maquiavel talvez legitime a narrativa, absolva Jeff e Lisa, também por invadir o apartamento do vizinho. Absolve cada espectador que assistiu ao filme, que desejou o crime de Thorwald tanto quanto Jeff.

Após explorar o desejo, violar a privacidade alheia, o espectador retorna à realidade do mundo corrido e das relações com a consciência tranquila. O fechamento do crime (ainda que uma hipótese), segundo Xavier (2003, p. 78) serve para que o espectador goze de “um prazer vicário de *voyeur*”, tal como Jeff e saia do cinema sem culpa:

> (...) a função do espetáculo não mais se concebe como um ativar a consciência moral de um indivíduo racional soberano que, a partir do exemplo, toma decisões e se redime; agora, a função do espetáculo é a de canalizar a violência, satisfazer as disposições do imaginário, liberar fantasias, enfim, "descarregar" os impulsos considerados inevitáveis, como uma válvula reguladora (Xavier, 2003, p. 78).

No actante do adjuvante, várias possibilidades são válidas, tudo aquilo que contribui para auxiliar o sujeito. Vale destacar as escolhas de câmera, planos e perspectivas, que assumem uma verdadeira orquestra para conduzir o espectador. Pontos de vista de Jeff em planos fechados, instigando o que está fora da cena, planos abertos revelando as múltiplas telas passíveis de serem escolhidas para olhar. Nesse sentido, a montagem também se insere na categoria como elemento-chave para que a vivência do espectador junto ao suspense seja a mais real possível.

Roskens, Terto e Pinheiro (2011, p. 7) ao escreverem a introdução do catálogo da Mostra Hitchcock do Centro Cultural Banco do Brasil, afirmam:

> Três eram os princípios pelos quais conduzia seus trabalhos: domínio técnico, habilidade para lidar com diferentes aspectos da produção fílmica e capacidade de dialogar com o público. Partindo da ideia de que o importante era o que aparecia na tela, o diretor esmerou-se em criar narrativas imagéticas. Ali, potencializava o uso de recursos visuais sobre o que chamava de "tapeçaria", isto é, o domínio pleno de imagens, sons, figurino, montagem, luz e câmera para compor o filme (Centro Cultural Banco do Brasil, 2011. p. 7).

E finalmente, o oponente, antagonista que atrapalha o sujeito em sua busca no recorte seria a ética e a moral, valores ora questionados durante o filme. Até que ponto é aceitável observar a vida dos outros sem consentimento? Qual o limite do bom senso? Até que ponto um ser humano pode ir na crença de achar que tudo pode? Investigar como se fosse a polícia, colocar a sua vida e a de outros em perigo para satisfazer um desejo peculiar. E o mais interessante: todas essas reflexões podem deixar de existir quando o filme acaba, porque o espectador é inocentado de qualquer culpa, o crime é do outro, a punição será do outro. Se isenta.

Destarte, o esquema de actantes de Greimas na transposição para o espectador poderia ser esboçado: o espectador assume a posição enquanto sujeito condutor, tendo como objeto o voyeurismo. Hitchcock assumiria a função de emissor ao conduzir o sujeito na busca pelo objeto, tendo como destinatário, o próprio espectador. Como adjuvantes do espectador na trama poderiam estar as escolhas de produção, câmera e a montagem que o auxiliam na condução da trama e, por oponente, a ética moral.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Estudar o filme Janela Indiscreta é como estar no meio do pátio de frente ao jardim com um espelho na mão e olhar num ângulo de 360 graus para o que está ao seu redor. Observar os diversos agentes envolvidos, Jeff em seu apartamento juntamente com Lisa, Stella e Thomas, as diversas telas de micro universos dos vizinhos e tantas outras janelas de estudiosos e teóricos que estão a observar. É perceber Hitchcock com uma câmera em movimento se deslocando por todos os espaços sem pedir licença. É olhar no espelho e perceber seu lugar na cena integrado ao todo. Curioso por perceber as janelas, ansioso e assustado para olhar a cena do crime e tentar entender que sentimentos são trazidos, que oposições existem. Certo ou errado. Moral ou antiético. Crime ou absolvição. A magia do cinema está aí. Em perceber como se deslocar da cadeira, da tela escura e adentrar à cena.

O esquema de actantes de Greimas permitiu entender a representação. Como a imagem cria um universo inteiro para você, por você. Como dito anteriormente “só você, espectador, pode estar em suspense”. Também auxilia o exercício de encaixe de hipóteses e delimitação das variadas estruturas e camadas interativas que a narrativa oferece. Em primeiro lugar, enquanto modelo semiótico, Greimas auxilia no processo de levantamento de signos e símbolos capazes de gerar sentidos e significados ao se analisar a obra, interpretações de cunho individual e que se expandem para um conhecimento e reflexão no âmbito coletivo. A proposta esquemática de maneira clara e direta atua como um exercício prático para aguçar a percepção e entendimento sobre o filme. Com ele, é possível ativamente identificar papéis e a construção das relações de poder e interesse das personagens, mapear o arco narrativo, as ações e conduções pelas quais a trama evolui a partir dos conflitos e motivações internas de cada microcosmo de história que é retratado. E ainda, é possível estudar os meios para se chegar aos devidos fins que o enredo propõe. Como os actantes do voyeurismo, a paranoia e a moral são trazidos à tona pela linguagem usada, efeitos, recursos técnicos empregados e por todas as escolhas feitas pelos realizadores do filme para alcançar os significados, representações e o ‘espetáculo’ a que se propõe.

Como termina? Do pátio do filme, o espectador encerra sua experiência, vai para casa. Lá, ao abrir ou fechar a janela do prédio em que mora, se permitirá observar a vizinhança. Sempre que abrir ou fechar uma janela o espectador lembrará do filme.

Como será que Jeff se sentiu? O espectador tem essa resposta. Nada de hipocrisia. Mas, se colocará à prova. Pelas janelas não se sabe quem está ali, existem apenas imagens construídas com base no que se vê. Nada de nomes, nada de certezas. Talvez apelidos, apostos. “A mulher que dança com a garrafa de vinho”, “o jogador de futebol sem camisa”, “o senhor fumante com o gato no vidro da sacada”. Estes, podem ser (ou não) os seus vizinhos. Cabe ao leitor, investigar. E você, será que se sente instigado a olhar agora pela janela do seu prédio? O que será que pode encontrar? Todas as pessoas são personagens e espectadores solitários em suas janelas em contato com outras telas. Basta escolher qual olhar, ou não.

REFERÊNCIAS

AUMONT, Jacques.; MARIE, Michel. **A Análise do Filme**. Lisboa: Edições Texto & Grafia, 2004.

BELTON, John. **Alfred Hitchcock’s Rear Window.** Cambridge: Cambridge University Press, 2000.

BORDWELL, David. **La narración en el cine de ficcion.** Barcelona: Paidós, 1996.

CAPRINO, Andréia Rosin. **o cinema clássico-narrativo em hitchcock: comentários sobre o filme “janela indiscreta”**. veredas da história, [online], v. 11, n. 1, p. 32-42, jul. universidade federal do paraná, 2018.

CENTRO CULTURAL BANCO DO BRASIL. **Catálogo Mostra Hitchcock.** São Paulo, 2011. Disponível em: https://www.bb.com.br/docs/pub/inst/dwn/Hitchcock.pdf Acesso em 20 ago. 2024.

GREIMAS, Algirdas Julien; COURTÉS, Joseph. **Dicionário de Semiótica.** São Paulo: Editora Cultrix, 1979.

GREIMAS, Algirdas Julien. **Semântica estrutural: pesquisa de método.** 4. ed. São Paulo: Cultrix, 1983.

JANELA INDISCRETA. Direção: Alfred Hitchcock. Estados Unidos: Paramount Pictures, 1954. (112 min).

QUEIROZ E SILVA, Flávio Augusto. **A proposta epistemológica de A.J. Greimas a partir da relação entre a leitura e a estrutura profunda de significação.** Monografia (Comunicação Social) – Faculdade de Comunicação. Universidade de Brasília. 2010.

SANIZ BALDERRAMA, Lígia. **O esquema actancial explicado.** Ponto Zero, Cochabamba, v. 13, n. 16, pág. 97, 2008. Disponível em <http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-02762008000100011&lng=es&nrm=iso>. Acesso em 27 ago. 2024.

TRUFFAUT, François; SCOTT, Helen. **Hitchcock/Truffaut: entrevistas, edição.** [tradução de Rosa Freire d'Aguiar] – São Paulo: Companhia das Letras, 2004.

XAVIER, Ismail. **O olhar e a cena: melodrama, Hollywood, cinema novo, Nelson Rodrigues.** São Paulo: Cosac & Naify, 2003.

O(s) autor(es) é(são) responsável(is) pela fidedignidade dos dados apresentados.

ANÁLISE DE COMUNIDADES EM LIVESTREAMS: APLICAÇÃO DA METODOLOGIA NO CANAL DO STREAMER GUSTAVO MINERVA

Artur Oliari Lira[1]

RESUMO

Livestreams podem criar comunidades que oferecem apoio e acolhimento. Este artigo analisa a comunidade de Gustavo Minerva, focada em League of Legends e na comunidade LGBTQIA+. A pesquisa adapta a Análise Matricial de Comunidades para *livestreams* e desenvolve questionários respondidos por 23 participantes da live no Youtube e Twitch. Os resultados mostram alta aprovação dos moderadores, a importância do chat na transmissão ao vivo e relatos de impacto da *livestream* na vida dos participantes.

Palavras-chave: Twitch; Youtube; livestream; comunidades virtuais; moderação.

ANALYSIS OF COMMUNITIES IN LIVESTREAMS: APPLYING THE METHODOLOGY TO STREAMER GUSTAVO MINERVA'S CHANNEL

ABSTRACT

Livestreams can create supportive communities. This article examines Gustavo Minerva's community, focused on League of Legends and the LGBTQIA+ community. The study adapts Análise Matricial de Comunidades for livestreams and includes questionnaires answered by 22 participants on YouTube and Twitch. Results show high moderator approval, the importance of chat during the stream, and accounts of the livestream's impact on participants' lives.

Keywords: Twitch; Youtube; livestream; virtual communities; moderation.

INTRODUÇÃO

A Twitch possui uma média de mais de 2 milhões de telespectadores simultâneos e mais de 1 milhão de *livestreams* únicas por dia[2] enquanto o Youtube atingiu uma média superior a 6 milhões de espectadores nos últimos 7 dias[3]. Não obstante, o mercado de *livestream* chegou aos valores de 38 bilhões de dólares em 2022 e estima-se que vai atingir mais de 256 bilhões de dólares em 2032[4]. As livestreams além de entretenimento são

[1] Doutorando em Comunicação, Universidade Federal do Paraná, arturoliarilira@gmail.com. Bolsista Capes.
[2] Twitch Tracker. Disponível em: https://twitchtracker.com/. Acesso em 5 de setembro de 2024.
[3] Stream Charts. YouTube Statistics & Growth Charts. Disponível em: https://streamscharts.com/overview?platform=youtube. Acesso em 5 de setembro de 2024.
[4] Custom Marketing Insights. Global Live Streaming Market Size Likely to Grow at a CAGR of 28% By 2033. Disponível em: https://www.custommarketinsights.com/press-releases/live-streaming-market-size/. Acesso em: 27 jun. 2024.

utilizadas como forma de trazer turismo (Hua et al, 2023); realizar protestos e ativismo (Chamberlain, 2022; Boulianne et Lee, 2022; Cortez; Mckoy et Lizárraga, 2022) e podem ser ambientes de toxicidade (Gandolfi et Ferdig, 2021; Felczak et al, 2022, Meinserm 2023; Han et al, 2023).

Nesse contexto, *streamers* constroem as suas comunidades a partir das suas atuações nos seus canais. Tais comunidades que nascem em um contexto de avanço do neoliberalismo e gamificação atrelada ao controle do comportamento (Gómez, 2020), podem servir como espaços para combater a solidão e a ansiedade social (Hilvert et al. 2018) e também como redes de laços que proporcionam apoio, sociabilidade, informação, integração e identidade social dentro de um espaço virtual (Castells, 2015; Wellman, 2001; Rheingold, 2000). Vale dizer que o estudo de formação de comunidades é bastante antigo e desenvolvido por autores como Tönnies (2001).

Diante desse cenário, faz se a necessidade de se desenvolver metodologias que abarquem o desenvolvimento e a compreensão de como essas comunidades virtuais inseridas no ambiente de *livestream* se configuram. Portanto, adaptamos a Matriz Metodológica para Análise de Comunidades de Rocha et Pereira (2017) para este caso e aplicamos na comunidade virtual do *streamer* Gustavo Minerva. Destacamos que o foco deste artigo é testar ou explorar essa metodologia, identificar possíveis problemas na adaptação da mesma para as *livestreams*, desenvolver protocolos metodológicos e também perceber como integrantes de *livestream* reagem a um questionário em ambiente de live.

Gustavo Minerva é um ex-jogador profissional de *League of Legends* e campeão brasileiro da modalidade. Ele produz conteúdo vinculado ao canal Ilha das Lendas que é composto por outros ex-*proplayers* de *League of Legends*. O jogo foi o segundo mais transmitido na Twitch no ano de 2023 com 1,28 bilhão de horas assistidas e consiste em equipes de 5 contra 5 em busca de destruir a base central do oponente[5]. Além disso, o jogo possui um universo uma série audiovisual denominada Arcane, vencedora do Emmy em 4 categorias[6].

[5] Adrenaline. GTA V foi o jogo de maior audiência na Twitch em 2023. Disponível em: https://www.adrenaline.com.br/games/gta-v-foi-o-jogo-de-maior-audiencia-na-twitch-em-2023/. Acesso em 14 de novembro de 2024.

[6] GE. LoL: Arcane vence Emmy 2022 em quatro categorias. Disponível em: https://ge.globo.com/esports/lol/noticia/2022/09/04/lol-arcane-vence-emmy-2022-em-quatro-categorias.ghtml. Acesso em 14 de dezembro de 2024.

Minerva também joga outros jogos e faz vídeos de reação a outros vídeos. Atualmente, o canal de Minerva possui mais de 376 mil seguidores na Twitch[7] e mais de 86 mil inscritos no Youtube[8].

O *streamer* opera nesse contexto de convergência de audiências e novas oportunidades de experiências (Jacobs; Booth, 2021). Para avaliar a sua atuação consideraremos 3 dimensões trazidas por Ask; Spilker e Hansen (2019): a sociabilidade, a audiência, a moderação e não será possível entrar nas dimensões de conteúdo e especialização.

Dessa forma, a metodologia qualitativa que esse artigo propõe a utilizar é a Matriz Metodológica para Análise de Comunidades de Rocha; Pereira (2017). Através dela pretendemos compreender quais traços tipificam a comunidade virtual presentes nas lives de Gustavo Minerva. No entanto, pretendemos adaptar a metodologia ao universo do nosso objeto de estudo que é a plataforma Twitch e o Youtube. O que poderá ser visto no item específico metodológico.

Tal utilização dessas ferramentas se faz necessário para compreender a caracterização da comunidade, suas finalidades, dinâmicas, relevâncias e também uma visão maior que compreenda o que Rocha; Pereira (2017) chamam de análise global da comunidade.

É esperado que através da metodologia seja possível compreender o que caracteriza a comunidade virtual, a natureza da comunidade, os seus espaços de comunicação, aspectos de criação e evolução, os espaços, hierarquias, as moderações, os conteúdos, as iniciativas, os fluxos de membros, as participações, as dinâmicas, as interações, a coesão, os conflitos, o ambiente e os aspectos tecnológicos.

Para tanto, nos valemos da técnica de questionário e elaboramos questões a partir da adaptação realizada da metodologia.

ANALISE MATRICIAL PARA ANÁLISE DE COMUNIDADES

Rocha; Pereira (2017) desenvolveram em seu artigo 'Matriz metodológica para análise de comunidades virtuais de prática', como diz o título, um modelo para analisar e caracterizar comunidades virtuais em rede. O método que privilegia o que os autores chamam de 'realidade vivida' é composto de entrevistas semi-estruturadas dos moderadores e

[7] Twitch. Minerva. Disponível em: https://www.twitch.tv/minerva. Acesso em 5 de setembro de 2024.
[8] Youtube. Minerva. Disponível em: https://www.youtube.com/@GustavoMinerva. Acesso em 5 de setembro de 2024.

participantes da comunidade e também de análise de redes sociais. Para aplicar tal metodologia à Twitch adaptamos algumas características como é possível ver a seguir:

Quadro 1 – Primeira etapa de características

Subdimensão	**Indicadores**	**Como caracterizar**
Finalidade/ Missão da Comunidade	Missão da comunidade (através da observação e análise dos editais da homepage; qual o domínio;) Apoios financeiros; Fim (não) lucrativo; Forma de subsistência e manutenção da comunidade	Descrição do canal de Minerva e questionário moderadores
Natureza da Comunidade	Caracterização da comunidade (profissional, social, empresarial ou educacional), a partir dos dados do questionário, nomeadamente, o nível etário, profissão e habilitações literárias; Identificação do perfil etário e nível de atividade dos membros (perceber se maioritariamente estão em idade ativa, são jovens, …)	Perguntas do questionário para os moderadores
Espaços de Comunicação	Verificação da possibilidade de ser facilmente encontrada a partir de qualquer motor de busca; Forma de entrada – por convite ou apenas registo. Tipo de registo; Existência (ou não) de algum controlo à entrada de um novo membro e quem exerce esse controlo	Lógica
Criação e Evolução	Origem e história da própria comunidade; Razão para a sua criação; Marco temporal para início e posteriores mudanças Modo de divulgação inicial; Experiência anterior do administrador e membros; evolução da equipa de administração e moderação	Entrevista com Gustavo Minerva (mas não faremos nesta pesquisa, pois pede uma entrevista em profundidade e vamos trabalhar apenas com questionários)

Fonte: Rocha et Pereira (2017) e adaptada pelo autor

Quadro 2 – Segunda etapa de características

Subdimensão	**Indicadores**	**Como caracterizar**
Espaço(s)	Estruturação dos diferentes espaços (a partir do seu administrador e/ou testemunhos publicados nos editais)	Descrição do canal na Twitch e Youtube
Hierarquia	Tipo de hierarquização existente, tanto nos espaços, como quanto a eventuais equipas; Existência (ou não) de hierarquia vertical, horizontal ou funcional, quer através dos testemunhos do administrador, quer a partir da nossa representação gráfica	Questionário moderadores
Moderação e gestão dos membros	Funções, seleção e constituição da equipa de moderação; Como e por quem é regulada a gestão dos membros	Questionário moderadores
Conteúdos	Caracterização e regulação dos conteúdos publicados	Questionário moderadores
Iniciativas	Explicitação e caracterização das diferentes iniciativas da comunidade	Questionário, entrevistas e resgate de material

Fonte: Rocha et Pereira (2017) e adaptada pelo autor

Quadro 3 – Terceira etapa de características

Subdimensão	**Indicadores**	**Como caracterizar**
Fluxo de Membros	Número de membros (inicial e atual); reconstituir o percurso evolutivo recorrendo ao centro de estatística, editais da própria comunidade e testemunho do administrador; percurso evolutivo da entrada de novos membros. Adesão e/ou (não) exclusividade por parte de cada membro a esta comunidade, a partir dos dados do questionário, tentando perceber: a) se cada membro (não) pertence a outros fóruns online; b) em caso afirmativo, qual o número dos restantes fóruns; c) forma de conhecimento deste fórum, d) antiguidade no fórum	Dados da Twitch e entrevista com moderadores
Participação	Participação a partir: a) frequência de acesso; b) níveis e tipo de participação; c) (não) desfasamento entre leitura e participação ativa; d) frequência e relação entre membros, mensagens e tópicos; e) comportamento face a cada diferente espaço da comunidade	Questionário com membros
Valorização da Dinâmica	Valor da participação para estes membros; pertinência de soluções a problemas e sugestões de outros membros	Questionário moderadores e membros
Análise de Interações	Análise de redes sociais, com base em 2 fóruns de cada	Análise da interação do chat

	comunidade – um mais técnico e um mais generalista	
Coesão	Coesão da equipa decisora – administrador e moderadores; Conhecimento com outros membros após a adesão à comunidade; Conhecimento prévio - a nível pessoal e/ou profissional - com outro(s) membro(s); Tipo de contactos mantidos com os outros membros; Manutenção de futuros contactos em caso hipotético de extinção da comunidade. Tipo de cumplicidades entre membros e a existência da confiança mútua na resposta dada	Questionário equipe de decisão e membros
Conflitos e Gestão de Conflitos	Existência de conflitos e forma de resolução (testemunhos do administrador e/ou membros). Necessidade de intervenção da equipa decisora ou resolução natural do conflito (ex. voluntário afastamento do(s) membro(s) intervenientes)	Questionário moderadores
Ambiente Vivido	Ambiente vivenciado na comunidade, a partir dos testemunhos de administradores e membros	Questionário membros e moderadores

Fonte: Rocha et Pereira (2017) e adaptada pelo autor

Quadro 4 – Quarta etapa de características

Subdimensão	**Indicadores**	**Como caracterizar**
Expectativas Iniciais	Grau de concordância entre as expetativas iniciais do administrador e a comunidade atual; grau de concretização dos objetivos do administrador.	Entrevista Minerva e Questionário moderadores
Valor da Comunidade	Mais-valia que a pertença na comunidade, consubstanciada na participação, representa para cada membro; Importância da aprendizagem informal existente na comunidade	Questionário membros
Interesse na Comunidade	Utilização privilegiada da comunidade e respetivas razões	Questionário membros
Partilha	Relevância, para cada membro, da partilha e opinião acerca do repositório existente	Não iremos analisar esta dimensão

Fonte: Rocha et Pereira (2017) e adaptada pelo autor

Quadro 5 – Terceira etapa de características

Subdimensão	**Indicadores**	**Como caracterizar**
Inovação e Criatividade	Relato de projetos inovadores e que demonstrem criatividade	Não iremos analisar esta dimensão
Tecnologia	Aspetos ligados com a tecnologia, nomeadamente com a literacia tecnológica dos membros e forma de minimização dos constrangimentos inerentes à eventual iliteracia	Não iremos analisar esta dimensão
Importância da Virtualidade	Importância do ambiente virtual para a continuidade e sucesso da mesma	Lógica
Aspetos que Limitam o Desenvolvimento da Comunidade	Aspetos relevantes negativos que possam limitar o	Questionário moderadores

	desenvolvimento da comunidade	
Aspetos que Facilitam o Desenvolvimento da Comunidade	Aspetos relevantes positivos que poderão contribuir para a continuidade e desenvolvimento da comunidade	Questionário moderadores
Perspectivas de Desenvolvimento	Análise dos projetos futuros da comunidade	Questionário moderadores
Fatores Extrínsecos ou Intrínsecos que Apontam para o Futuro	Indícios de possíveis constrangimentos, externos ou internos à comunidade, que poderão apontar para a sua continuidade ou pô-la em risco	Questionário moderadores
Tipo de Impacto da Comunidade nos Membros	Análise dos fatores de reconhecimento recebidos a nível interno e externo	Questionário membros
Níveis de Satisfação	Avaliação do funcionamento da própria comunidade	Questionário membros
Caracterização Aplicada à Teoria das CoP (Wenger)	Caracterização à luz da teoria das comunidades virtuais de prática de Etienne Wenger, nomeadamente definição do domínio; estádio de desenvolvimento; trajetórias dos membros e graus de participação	Não iremos analisar esta dimensão

Fonte: Rocha et Pereira (2017) e adaptada pelo autor

Com base nessas matrizes montamos o seguinte questionário para o público:

1- Idade
2- Profissão
3- Com que frequência assistem o canal
4- Como é a sua relação com outros membros
5- Para você qual a importância da dinâmica do chat?
6- Como você enxerga a atuação da moderação na condução do chat?
7- Para você qual a importância de fazer parte da comunidade?

8- Participar da comunidade do Minerva teve algum impacto em sua vida?
9- Nível de satisfação com a participação da comunidade

Questionário para os moderadores:

1- Qual a missão da comunidade?
2- Existe hierarquia entre os moderadores?
3- Quais aspectos limitam o crescimento da comunidade?
4- Quais aspectos facilitam o crescimento da comunidade?
5- Existem aspectos que podem extinguir a comunidade?
6- Existem projetos futuros para a comunidade?
7- Qual a expectativa para o crescimento da comunidade

COLETA

Aplicamos os questionários para o público de Minerva no chat da stream na noite do dia 04 de setembro de 2024 tanto no Youtube quanto na Twitch, neste mesmo dia mandamos o questionário para os moderadores com mensagens privadas na Twitch, pedimos para o *streamer* para divulgar em sua live e recebemos 23 respostas online no questionário para o público e 1 resposta no questionário dos moderadores (ao todo são dois que trabalham na *livestream*).

ARTICULAÇÃO COM AS CATEGORIAS

FINALIDADE, MISSÃO E NATUREZA DA COMUNIDADE

Não há descrição no canal de Minerva (tirando o email para contato), mas há categorias para o público: LGBT; competitivo; Português; hétero; machoalfa; leagueoflegends; JUNGLEDIFF; maedorevolta; proplayerslayer; paternidade. Tais rótulos evidenciam questões que envolvem a comunidade LGBTQIA+ e ironias com a sua personalidade. No Youtube há uma descrição mínima dizendo que lá são lançados conteúdos baseados no que é feito nas *streams*.

Sobre a missão da comunidade recebemos a seguinte resposta da moderação:

> A comunidade do Minerva tem como principal missão, ao meu ver, a aceitação individual de cada um. Nós moderadores, junto com o streamer, buscamos criar um ambiente que **permita o indivíduo ser quem ele é**. Procuramos, por meio da brincadeira e do **lúdico**, **tratar questões que possam ser sensíveis** - como assumir a própria **orientação sexual** - de maneira mais descontraída. Além, sinto que é um ambiente de **ótima socialização**, que permite a criação de **laços verdadeiros de**

> **amizade** e, quem sabe, até mesmo romance (Respondente anônimo, 2024, grifo nosso)

Quanto a natureza da comunidade, considerando o questionário aplicado e suas limitações, a idade do público de Minerva varia de 18 a 29 anos. Com desempregados, estudantes, engenheiros, técnicos e analistas. Chama a atenção a categoria estudante/estagiário/universitário que ocupa 30,43% das respostas do questionário. Não foi feita a separação entre o público do Youtube e da Twitch, o que pode ser pensado para futuros questionários já que os *streamers* podem fazer *livestreamings* em multiplataformas e não necessariamente o público de cada uma é o mesmo.

ESPAÇO, HIERARQUIA E MODERAÇÃO

Cullen e Kairam (2022) destacam que os moderadores de *livestreams* aprendem durante a prática, mas também se utilizam de estratégias pré-estabelecidas para moderar esses canais de comunicação e influem nas atmosferas destes locais. Ao mesmo tempo, a resposta referente a essa questão no questionário indica que a hierarquização não é estabelecida formalmente, mas funciona ligada ao tempo de casa do moderador.

O fator limitante da comunidade aparece ligado a falta de planejamento e o fator de crescimento da comunidade é associado ao carisma do *streamer* analisado. Além disso, não se acredita que a comunidade possa ser extinta. Ao mesmo tempo, existem planos para o crescimento da comunidade, ou melhor existiam de forma ligada ao Twitter, mas há a ideia de acrescentar mais interatividade ao Discord do grupo, criando assim mais um espaço para a atuação desta comunidade. Não obstante, há expectativa da moderação para o crescimento da comunidade dado que o *streamer* começou a trabalhar com outros jogos além de *League of Legends* e isso possibilita que ele atinja outros públicos. O que nos leva ao texto de Johnson (2021), que indica os trabalhos efetuados pelos streamers fora das câmeras como conversas dos moderadores com os streamers para o planejamento da *livestream* e possibilidade e ideias para gerar emoções nos viewers (Woodcock; Johnson, 2019).

De acordo com dados do Twitch Tracker (2024), a média de espectadores de Minerva é de 3265 pessoas e o seu pico foi de 20300. Dos 23 que responderam ao questionário, 65,21% dizem assistir ao *streamer* diariamente; 26,08% dia sim e dia não e o restante semanalmente. Quanto a relação dessas pessoas, elas se dividem em terem boas relações com outros membros chat (39,13%). Ao mesmo tempo, 86,95% consideram importante o

chat para a *livestream* por conta da interação do Minerva com o chat. O que nos leva para o apontado em Meisner; Ledbetter (2020) onde é assinalado que a interação entre público e o *streamer* forma uma criação mútua de branding e o que o artigo chama a atenção também para esse aspecto que diferencia a *livestreaming* de um vídeo regular: a interação do *streamer* com o chat. Ainda há a possibilidade de o chat interagir com o *streamer* não só digitando na *live*, mas também escolhendo músicas para tocar durante a mesma.

Quanto a relação com a moderação, 86,36% avaliam a moderação de boa para cima, com muitos comentários elogiando a importância da mesma. Sobre fazer parte da comunidade, 69,56% consideram relevante fazer parte dela e 69,56% consideram que assistir ao Minerva teve um impacto positivo em suas vidas. A média de pontos de satisfação com a *livestream* foi de 4,739 (1 a 5).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A elaboração deste artigo trouxe o mapeamento de um processo metodológico para análise de comunidades, o que pode auxiliar futuros trabalhos sobre esta questão trazendo a atenção de categorias de análise de elementos que compõem o núcleo central destas comunidades como a finalidade, a natureza, a relação entre os membros, a relação destes membros com os moderadores dessas comunidades e a análise do público em si e a própria impressão que ele tem da live.

Quanto às dimensões trazidas por Ask, Spilker et Hansen (2019) foi possível observar elementos de sociabilidade e audiência com as impressões do público acerca das relações entre si; as relações deste público com a moderação e também as visões da moderação acerca da *livestream*. Ao mesmo tempo, não trabalhamos com os aspectos relacionados ao conteúdo e a especialização, que podem ser explorados em futuros artigos analisando por exemplo a relação entre o conteúdo e a percepção do momento do chat da *livestream* naquela interação e também as relações de aprendizado entre os membros conforme relatam Gandolfi; Ferdig et Soyturk (2021).

Portanto, voltando para a metodologia em si, categorizar os elementos fornecidos pela Análise Matricial de Comunidades pode trazer maiores possibilidades de visualização para futuros pesquisadores. No caso desta live em específico, poderiam ter sido trazidos elementos que categorizem gênero e raça para ter mais profundidade na análise sobre a percepção do chat e possíveis opressões.

De modo simultâneo, em estudos de maior fôlego é possível trazer correlações importantes sobre outras variáveis apresentadas como a satisfação do público da *stream* com a moderação ou com o sentimento de pertencimento a comunidade; da relação da frequência na *livestream* com este sentimento de pertencimento; e do impacto da transmissão ao vivo com a frequência.

Consequentemente, futuros estudos podem interligar outros operadores teóricos junto as categorias de análise e considerar o contexto da sua pesquisa e do *streamer* no momento de elaborar as perguntas para o questionário. Por outro lado, as categorias analisadas tem potencial para auxiliar na compreensão de *affordances* de moderação destes espaços, que são atores-técnicos que condicionam e são condicionados por atores humanos e estão presentes nestes ambientes, conforme relatam Lira; Quadros (2024). Mencionamos aqui também os desafios metodológicos para a análise desse fenômeno e que estes desafios trazem inovações metodológicas como em Recketenwald (2017) e Gandolfi (2017).

Nesse sentido, ressaltamos novamente o caráter limitante da quantidade de respostas obtidas no questionário, que de forma alguma representam uma amostragem que reflita a totalidade dos participantes da live de Minerva, mas ao mesmo tempo esse procedimento de coleta revela possibilidades e desdobramentos para futuras pesquisas. Há também espaço para os desenvolvimentos das categorias ainda não analisadas como 'Criação e Evolução'; 'Partilha' e 'Caracterização Aplicada à Teoria das CoP (Wenger)', que podem trazer características da evolução da comunidade e da trajetória dos seus membros.

REFERÊNCIAS

ASK, Kristine; SPILKER, Hendrik Storstein; HANSEN, Martin. The politics of user-platform relationships: Co-scripting live-streaming on Twitch.tv. **First Monday**. [*S. l.*]: University of Illinois Libraries, 30 jun. 2019. DOI 10.5210/fm.v24i7.9648. Disponível em: http://dx.doi.org/10.5210/fm.v24i7.9648.

BOULIANNE, Shelley; LEE, Sangwon. Conspiracy Beliefs, Misinformation, Social Media Platforms, and Protest Participation. **Media and Communication**. [*S. l.*]: Cogitatio, 3 out. 2022. DOI 10.17645/mac.v10i4.5667. Disponível em: http://dx.doi.org/10.17645/mac.v10i4.5667

CASTELLS, Manuel. **The Internet Galaxy: Reflections on the Internet, Business and Society**. Tradução autorizada da primeira edição inglesa. Galáxia da Internet. Publicada em 2001 por Oxford University Press, de Oxford, Inglaterra in 2001. Jorge Zahar Editor Ltda, Rio 32 de Janeiro, RJ, Edição digital: setembro 2015, ISBN: 978-85-378-1480-2. [Acessado em 7 de

fevereiro de 2023] Disponível em: https://www.academia.edu/41717035/A_Galaxia_da_Internet_Manuel_Castells

CHAMBERLAIN, Elizabeth F. “Our world is worth fighting for”: Gas mask agency, copy-pasta sit-ins, and the material-discursive practices of the Blitzchung controversy. **Computers and Composition**. [*S. l.*]: Elsevier BV, set. 2022. DOI 10.1016/j.compcom.2022.102725. Disponível em: http://dx.doi.org/10.1016/j.compcom.2022.102725.

CORTEZ, Arturo; MCKOY, Ashieda; LIZÁRRAGA, José Ramón. The Future of Young Blacktivism: Aesthetics and Practices of Speculative Activism in Video Game Play. **Journal of Futures Studies**, 2022, Vol 26, Issue 3, p1. DOI: 10.6531/JFS.202203_26(3).0005.

CULLEN, Amanda L. L.; KAIRAM, Sanjay R. Practicing Moderation: Community Modera-tion as Reflective Practice. **Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction**. [*S. l.*]: Association for Computing Machinery (ACM), 30 mar. 2022. DOI 10.1145/3512958. Disponível em: http://dx.doi.org/10.1145/3512958.

FELCZAK, Mateusz. Systemic issues with narratives of identity: Toxicity and esports media professionals. **Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies**. [S. l.]: SAGE Publications, 10 nov. 2022. DOI 10.1177/13548565221138761. Disponível em: http://dx.doi.org/10.1177/13548565221138761.

GANDOLFI, Enrico. Enjoying death among gamers, viewers, and users: A network visuali-zation of Dark Souls 3’s trends on Twitch.tv and Steam platforms. **Information Visualization**. [S. l.]: SAGE Publications, 6 jul. 2017. DOI 10.1177/1473871617717075. Disponível em: http://dx.doi.org/10.1177/1473871617717075.

GANDOLFI, Enrico; FERDIG, Richard E; SOYTURK, Ilker. Exploring the learning poten-tial of online gaming communities: An application of the Game Communities of Inquiry Scale. **New Media and Society**. [S. l.]: SAGE Publications, 27 jun. 2021. DOI 10.1177/14614448211027171. Disponível em: http://dx.doi.org/10.1177/14614448211027171

GÓMEZ, Sebastián. “Good Icing can’t Change an Average Cake”. **Digital Culture and Society**. [ ]: Transcript Verlag, 1 dez. 2019. DOI 10.14361/dcs-2019-0205. Disponível em: http://dx.doi.org/10.14361/dcs-2019-0205.

HAN, Catherine; SEERING, Joseph; KUMAR, Deepak; HANCOCK, Jeffrey T.; DURUMERIC, Zakir. Hate Raids on Twitch: Echoes of the Past, New Modalities, and Implications for Platform Governance. **Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction**. [*S. l.*]: Association for Computing Machinery (ACM), 14 abr. 2023. DOI 10.1145/3579609. Disponível em: http://dx.doi.org/10.1145/3579609.

HILVERT-BRUCE, Zorah; NEILL, James T.; SJÖBLOM, Max; HAMARI, Juho. Social motivations of live-streaming viewer engagement on Twitch. **Computers in Human Behavior**. [*S. l.*]: Elsevier BV, jul. 2018. DOI 10.1016/j.chb.2018.02.013. Disponível em: http://dx.doi.org/10.1016/j.chb.2018.02.013.

HUA, Nan; LI, Bin; ZHANG, Tingting (Christina). Live streaming: pushing limits of hospi-tality and tourism online experiences. **International Journal of Contemporary Hospitality Management**. [S. l.]: Emerald, 15 mar. 2023. DOI 10.1108/ijchm-07-2022-0810. Disponível em: http://dx.doi.org/10.1108/IJCHM-07-2022-0810.

JACOBS, Naomi; BOOTH, Paul. Converging experiences, converging audiences: An analy-sis of doctor who on Twitch. **Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies**. [S. l.]: SAGE Publications, 11 dez. 2020. DOI 10.1177/1354856520976447. Disponível em: http://dx.doi.org/10.1177/1354856520976447

JOHNSON, Mark R. Behind the Streams: The Off-Camera Labour of Game Live Streaming. **Games and Culture**. [S. l.]: SAGE Publications, 31 mar. 2021. DOI 10.1177/15554120211005239. Disponível em: http://dx.doi.org/10.1177/15554120211005239.

LIRA, Artur Oliari; QUADROS, Claudia de Irene. As affordances a partir de moderadores da Twitch: o canal de Gaules para a comunidade A Tribo. In: XVI Simpósio Nacional da ABCIBER, 2024, Santa Maria. **Anais Eletrônico**... Santa Maria: Universidade Federal de Santa Maria, 2024. Disponível em: < https://abciber.org.br/simposios/index.php/abciber/abciber16/paper/view/2337/1135>. Acesso em: 5 set. 2024.

MEISNER, Colten; LEDBETTER, Andrew M. Participatory branding on social media: The affordances of live streaming for creative labor. **New Media & Society**. [*S. l.*]: SAGE Publications, 11 nov. 2020. DOI 10.1177/1461444820972392. Disponível em: http://dx.doi.org/10.1177/1461444820972392.

RHEINGOLD, Howard. **The virtual community: homesteading on the electronic frontier**. Cambridge, Mass. :MIT Press, 2000.

RECKTENWALD, Daniel. Toward a transcription and analysis of live streaming on Twitch. Journal of Pragmatics. [S. l.]: **Elsevier BV**, jul. 2017. DOI 10.1016/j.pragma.2017.01.013. Disponível em: http://dx.doi.org/10.1016/j.pragma.2017.01.013.

ROCHA, ANTONIETA; PEREIRA, Alda. Matriz metodológica para análise de comunidades virtuais de prática. **Revista Lusófona de Educação**. [*S. l.*]: Universidade Lusofona de Hu-manidades e Tecnologias, 1 jun. 2017. DOI 10.24140/issn.1645-7250.rle36.06. Disponível em: http://dx.doi.org/10.24140/issn.1645-7250.rle36.06.

TÖNNIES, Ferdinand. **Gemeinschaft und Gesellschaft**. Cambridge, United Kingdom. Cam-bridge University Press, 2001.

WELLMAN, Barry “Physical place and cyberplace: the rise of networked individualism”, **International Journal of Urban and Regional Researc**h, 1 (edição especial sobre redes, classe e lugar), 2001. Disponível em: https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/1468-2427.00309. Acesso em 5 set. 2024.

WOODCOCK, Jamie; JOHNSON, Mark R. The Affective Labor and Performance of Live Streaming on Twitch.tv. **Television and New Media**. [S. l.]: SAGE Publications, 29 maio 2019. DOI 10.1177/1527476419851077. Disponível em: http://dx.doi.org/10.1177/1527476419851077.

O(s) autor(es) é(são) responsável(is) pela fidedignidade dos dados apresentados.

ROSTO, GESTOS E DRAMA: SOBRE AS ATUAÇÕES DE GUNNAR BJÖRNSTRAND E LARS PASSGÅRD EM ATRAVÉS DE UM ESPELHO, DE INGMAR BERGMAN[1]

Thiago da Silva Rabelo[2]

RESUMO

Trata-se de uma análise das atuações de Gunnar Björnstrand e Lars Passgård no longa-metragem *Através de um Espelho* (1961). O estudo relaciona o trabalho dos atores às demandas temáticas e narrativas da obra. Para isso, adotamos como método a análise fílmica de abordagem neoformalista (Thompson, 1988). Como resultado, identificamos que a relação paternal dos personagens tem como contraponto a inveja que David sente da jovialidade de Minus, sendo este um elemento subtextual que permeia o filme.

Palavras-chave: Análise; Atuações; Através de Um Espelho; Ingmar Bergman.

FACE, GESTURES AND DRAMA: ON GUNNAR BJÖRNSTRAND E LARS PASSGÅRD' PERFORMANCES IN THROUGH A GLASS DARKLY, DIRECTED BY INGMAR BERGMAN

ABSTRACT

This is an analysis of the performances of Gunnar Björnstrand and Lars Passgård in *Through a Glass Darkly* (1961). The study relates the work of the actors to the film's thematic and narrative demands. To achieve this, we choose as a method the neoformalist approach (Thompson, 1988). As a result, we identify that the characters' paternal relationship has as a counterpoint the envy that David feels for Minus's youthfulness, this being a subtextual element that permeates the film.

Keywords: Analysis; Performance; Through a Glass Darkly; Ingmar Bergman.

1 INTRODUÇÃO

Através de um Espelho (*Såsom i en spegel,* 1961) é um longa-metragem ficcional, pertencente ao gênero drama e dirigido por Ingmar Bergman. O filme narra acontecimentos que se passam durante uma reunião familiar realizada numa ilha isolada da Suécia. O quarteto de protagonistas é composto pelo casal Karin (Harriet Andersson) e Martin (Max von Sydow); pelo jovem Minus (Lars Passgård) e por David (Gunnar Björnstrand), patriarca da família.

[1]Este artigo é uma versão ampliada de um resumo expandido apresentado no 24º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste, evento da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação – Intercom.

[2] Doutorando do Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal de Goiás. E-mail: thirabeloo@gmail.com. Fomento: Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior, CAPES, Brasil.

O roteiro, escrito pelo próprio Bergman, traz como elemento central a doença de Karin. Apesar de não ter o nome revelado, trata-se de uma enfermidade que carrega sintomas muito semelhantes aos da esquizofrenia. É em meio às crises da personagem que a narrativa se desenvolve, expondo as fragilidades de marido, irmão e pai. Destacam-se a insegurança de Martin, que mesmo sendo médico jamais consegue curar ou amenizar os sintomas da própria esposa; os desejos e frustrações de Minus, que lamenta a distância do pai e encontra na irmã um complexo refúgio; e o desespero de David, escritor incapaz de alcançar o respeito que julga merecer enquanto artista.

O filme é comumente associado a uma trilogia também composta por *Luz de Inverno* (*Nattvardsgästerna*, 1963) e *O Silêncio* (*Tystnaden*, 1963), mas o próprio diretor se manifestou a respeito dessa ideia ao afirmar "olhar de maneira cética para o conceito de trilogia", tendo em vista que a inspiração para os três filmes "foi encontrada no fundo de um copo de álcool, nem sempre se sustentando quando examinada sob a luz do dia" (Bergman, 2011, p. 151, tradução nossa)[3].

A explicação do diretor reforça um traço que deve ser considerado em qualquer estudo sobre sua obra: os filmes de Bergman costumam partir de elementos de sua vida privada. No caso de *Através de um Espelho*, temos um roteiro atrelado ao casamento do cineasta com Käbi Laretei. Segundo Bergman (2011), trata-se de uma relação na qual "não havia linguagem comum" (p. 152, tradução nossa)[4], fazendo da incomunicabilidade o grande tema do filme.

Mas como essa ideia de incomunicabilidade pautada pela ausência de linguagem comum é apresentada pelo filme? Mais precisamente, como podemos reconhecer nas escolhas de Bergman e de seu elenco o tema que motivou a existência da obra?

São essas questões que movem o presente artigo. Nosso objetivo é analisar determinadas escolhas de mise-en-scène presentes em *Através de um Espelho* e buscar nelas elementos que ampliem a discussão sobre incomunicabilidade tão cara a Bergman. Como recorte de análise, o *corpus* é formado por cenas e sequências envolvendo o pai, David, e o filho, Minus, a partir das quais analisamos de que modo as funções do estilo cinematográfico destacam as escolhas dos atores e do próprio diretor.

---

[3] No original: I tend to look skeptically at the whole trilogy concept. [The trilogy] is an idea found at the bottom of a glass of alcohol, not always holding up when examined in the sober light of day.

[4] No original: Through a Glass Darkly is mainly connected to my marriage to Käbi Laretei and our life together. […] we had no common language. We couldn't communicate.

Justificamos a escolha do *corpus* levando em consideração que toda a trama envolvendo a doença de Karin já traz para o primeiro plano possíveis manifestações cinematográficas da noção de incomunicabilidade defendida por Bergman. A personagem, afinal, tem sintomas que a obrigam a viver numa realidade psíquica diferente daquela em que Minus, David e Martin vivem. Ela vê coisas que ninguém mais vê; ouve coisas que ninguém ouve; interage com presenças que não são percebidas pelo restante de sua família. Além disso, como a trama da personagem se assemelha à de Martin, que tenta conduzir o tratamento da esposa, a ausência de linguagem comum também se apresenta em primeiro plano para o personagem de von Sydow.

O que nos leva a Minus e David, que, apesar de interagirem com Karin e também serem influenciados pela doença da personagem, adotam enquanto cerne narrativo o processo criativo de David, que é escritor, e a jovialidade de Minus, um artista em pleno alvorecer. A dinâmica mantida por ambos os personagens nos convida a apreciar os elementos de mise-en-scène da obra para além da doença de Karin, que compõe a trama principal do longa-metragem. Consideramos que é a partir da relação mantida por pai e filho que Bergman se aprofunda nas ideias que viriam a estabelecer o filme como sendo, no ponto de vista da crítica especializada, um tratado sobre o silêncio de Deus[5].

2 MISE-EN-SCÈNE E SUBTEXTO DO ATOR

Através de um Espelho é um filme que se desdobra tendo como referência o trabalho de atores e atrizes. Nele, não há efeitos especiais grandiosos, elementos épicos e nem *set pieces*: a trama se desenvolve apenas a partir da ação e da reação do elenco ao texto e à direção propostos por Bergman. Assim, os momentos mais importantes da narrativa tendem a expressar seu impacto com auxílio do corpo do ator, seja por meio de um rosto que se contorce, um punho que se cerra ou outros gestos capazes de indicar qualidades de sentimento latentes. O artigo que propomos é, por isso, um esforço no sentido de entender o trabalho atoral por meio da análise de escolhas imortalizadas pelo registro fílmico. Além disso, buscamos compreender como essas escolhas se alinham às decisões mais amplas de mise-en-scène que permitem a Bergman explorar a noção de ausência de linguagem comum entre os seus personagens.

[5] Exemplo de crítica que menciona o tema disponível em: < https://www.rogerebert.com/reviews/great-movie-through-a-glass-darkly-1961>. Acesso: 2 abr. 2024.

De acordo com Bordwell, Thompson e Smith (2020), mise-en-scène é um termo inicialmente adotado apenas no contexto da direção de peças teatrais, mas que, com o tempo, foi adaptado por intelectuais para também se referir ao trabalho de um(a) diretor de cinema – mais precisamente ao controle que esse profissional possui sobre os elementos que surgem na tela. Por isso, os autores apontam que, ao falarmos de mise-en-scène, falamos de iluminação, figurino, maquiagem, posição/movimentação dos atores pelo quadro (s*taging*), cenário e performance.

Refletindo especificamente sobre o trabalho do elenco, Bordwell, Thompson e Smith (2020) também destacam que, sendo parte central da mise-en-scène, a performance de atores e atrizes num filme pode surgir apresentando diversos estilos e que, por isso, numa análise, deveríamos "procurar entender qual é o estilo de atuação que o filme busca alcançar" (pág. 133, tradução nossa)[6]. Disso, surge uma nova pergunta: como poderíamos identificar o estilo de atuação numa análise? A princípio, o conceito de motivação surge como uma das principais ferramentas em estudos do tipo.

> Para Bergman, assim como para a maioria dos atores, a palavra motivação diz respeito aos propósitos das ações dos personagens. Mas o termo não se aplica apenas a questões de performance. Quando falamos de motivação num sentido mais geral, nos referimos a tudo que justifica a presença de qualquer coisa em um filme (Bordwell; Thompson; Smith, 2020, pág. 63, tradução nossa)[7].

Ao procurarmos analisar as escolhas de atores (performance) e de diretor (mise-en-scène como um todo), é importante compreender as motivações de cada decisão; as possíveis justificativas segundo as quais determinada característica fílmica se dá à vista. Nesse sentido, Naremore (1988) ressalta que atores têm em seu repertório duas técnicas mais amplas e completamente distintas para se expressar. Na primeira delas, "o ator utiliza seu corpo como um instrumento, aprendendo cinésica ou vocabulário de movimentos". Já na segunda, o intérprete "é encorajado a se comportar de maneira mais ou menos normal,

[6] No original: Because the performance an actor creates is part of the overall miseen-scene, films contain a wide variety of acting styles. […] we should try to understand what kind of acting style the film is aiming at.

[7] No original: Because the performance an actor creates is part of the overall miseen-scene, films contain a wide variety of acting styles. Instead of assuming that acting must be realistic, we should try to understand what kind of acting style the film is aiming at.

deixando o gesto ou a expressão facial surgir naturalmente a partir de uma profunda emoção sentida" (Naremore, 1988, p. 51, tradução nossa)[8].

Exemplos da primeira técnica podem ser encontrados nos filmes de Buster Keaton, Harold Lloyd e Fred Astaire, que apostavam em acrobacias e no controle corporal para alcançar a magia vista em *Bancando o Águia* (*Sherlock Jr.*, 1924), *O Homem Mosca* (*Safety Last!*, 1923) e *O Picolino* (*Top Hat*, 1935). Já a segunda é comumente vista em obras dramáticas, que apostam na expressão facial e em gestos mínimos para evocar nuances emotivas necessárias à narrativa e à experiência estética proposta pelos seus diretores. Um exemplo bem conhecido é a performance de Maria Falconetti em *A Paixão de Joana d'Arc* (*La passion de Jeanne d'Arc,* 1928), longa-metragem dirigido pelo cineasta dinamarquês Carl Theodor Dreyer. No filme, Falconetti é vista em *closes* e *close-ups* enquanto precisa expressar por meio de seu rosto, cabeça e ombros o sofrimento de Joana d'Arc durante o seu julgamento.

Figura 1 – Keaton em *Bancando o Águia* (1924) e Falconetti em *O Martírio de Joana d'Arc* (1928).



Fonte: Fotogramas dos filmes.

Tratam-se, no entanto, de exemplos extremos do uso dessas técnicas. Na maior parte das vezes, é comum que atores e atrizes criem um vocabulário próprio mesclando uma e outra e, assim, atinjam o que julgam necessário para uma boa caracterização.

Para Bordwell, Thompson e Smith (2020), outra maneira de identificar e analisar estilos de atuação num filme é considerar a função exercida pelo trabalho do ator no design geral de uma obra. Assim, é provável que duas dimensões sejam consideradas: "uma

[8] No original: At one extreme, the actor develops the body as an instrument, learning a kinesics, or movement vocabulary; at the other, he or she is encouraged to behave more or less normally, letting gesture or facial expression rise "naturally" out of deeply felt emotion.

performance será mais ou menos individualizada, e será mais ou menos estilizada" (Bordwell; Thompson; Smith, 2020, p. 136, tradução nossa)[9].

Para os autores, a primeira convenção foi utilizada ao longo da história do cinema para criar personagens anônimos e facilmente reconhecíveis pelo público. Um exemplo bastante citado vem da produção soviética, que, na década de 1920, seguiu o princípio da *typage* para criar indivíduos que, mesmo sem nome e fora de qualquer lógica de *star system*, marcaram a memória do público com suas expressões e seus gestos – a exemplo da mãe que lamenta a morte de seu filho na escadaria de Odessa em *O Encouraçado Potemkin* (*Bronenosets Potyomkin*, 1925). É o indivíduo condensando ideias de vasta abrangência.

Já a segunda dimensão descrita por Bordwell, Thompson e Smith (2020) considera a escala de estilização de uma performance. Trata-se da ideia de que "uma longa tradição de atuações no cinema busca a naturalidade expressiva, com atores recitando seu texto com um pouco mais de clareza e emoção do que costumamos encontrar na vida cotidiana" (Bordwell; Thompson; Smith, 2020, p. 137, tradução nossa)[10]. Segundo os autores, essa diferença entre vida real e atuação estilizada pode ser ampliada ou reduzida pelas escolhas feitas por um diretor – levando sempre em consideração as necessidades estéticas e narrativas de sua obra.

O julgamento de atores, atrizes e diretores culmina numa série de escolhas que misturam todas essas possibilidades na obtenção de personagens únicos e que jamais soem deslocados num filme. Falamos, portanto, sobre escolhas criativas. Assim, cabe trazer à tona a ideia de subtexto, tendo em vista sua importância para que essa série de decisões ocorra da melhor maneira possível.

Segundo McKee (1997), texto é tudo aquilo que vemos e que ouvimos ao termos uma experiência com uma obra de arte; é o que está na superfície dela. É tudo que compõe as imagens e os sons de um filme. Já subtexto é "a vida sob essa superfície, pensamentos e sentimentos conhecidos e desconhecidos, escondidos pelo comportamento" (McKee, 1997, p. 216, tradução nossa)[11]. Para o autor, é justamente o material encontrado no subtexto que serve de matéria-prima para que atores e atrizes confeccionem seus personagens. Por isso, é

[9] No original: "We can consider performance along two dimensions. A performance will be more or less individualized, and it will be more or less stylized".
[10] No original: "A long tradition of film acting strives for an expressive naturalness, with actors speaking their lines with slightly more clarity and emotion than we usually find in everyday life".
[11] No original: "Subtext is the life under that surface thoughts and feelings both known and unknown, hidden by behavior".

correto afirmar que “um ator dá vida a um personagem de dentro para fora” (McKee, 1997, p. 217, tradução nossa)[12].

A ideia de subtexto também pode ser desenvolvida por meio da noção de máscara. Segundo Naremore (1988), o trabalho de um ator frequentemente se desenvolve por meio de uma dissonância entre aquilo que sua máscara mostra, ou seja, sua superfície – roupas, objetos que usa, gestos corporais que adota – e aquilo que se esconde debaixo de tudo que está aparente – sentimentos reprimidos, pensamentos extremos, emoções inquietantes, etc.

O artigo que propomos é uma tentativa de identificar os momentos nos quais o universo interior dos personagens – ou seja, o subtexto delineado pelos atores – se dá a ver ou ouvir; o instante no qual a máscara cai e os personagens expressam aquilo que realmente pensam ou sentem. Ao identificarmos estes momentos, realizaremos a separação de texto e subtexto e analisaremos os dados obtidos segundo a noção de incomunicabilidade proposta por Bergman, fundamentada na ideia de ausência de linguagem comum.

3 PERCURSO METODOLÓGICO

Ao pensarmos o trabalho do ator no cinema, refletimos sobre um elemento de mise-e-scène que possui uma ou mais funções no âmbito geral de um filme. Por conta disso, trata-se de um aspecto que pode ser analisado de acordo com as funções do estilo cinematográfico propostas por Bordwell (2005). Segundo o autor, o estilo no cinema pode exercer quatro funções básicas: a função denotativa, que se relaciona à descrição narrativa, de espaços, cenários, personagens, diálogos e quaisquer elementos que surjam para a apreciação do público. Há também a função expressiva, por meio da qual o estilo apresenta qualidades de sentimento importantes para a narrativa – usando como auxílio a “iluminação, cor, performances, música; e certos movimentos de câmera” (Bordwell, 2005, p. 33, tradução nossa)[13]. A função simbólica, por sua vez, é exercida com o intuito de “produzir significados mais abstratos e conceituais” (Bordwell, 2005, p. 33, tradução nossa)[14], geralmente relacionados a ideias mais amplas que o filme em si. Por fim, há a função decorativa, que Bordwell (2005) descreve como sendo o momento em que o estilo confecciona padrões que operam por si mesmos, convidando espectadores a percebê-los e apreciá-los.

[12] No original: An actor brings a character to life from the inside out.
[13] No original: In most films expressive qualities can be carried by light, color, performances, music; and certain camera movements.
[14] No original: Style can yield more abstract, conceptual meanings as well; style, that is, can be symbolic.

Além de contarmos com as funções do estilo para a realização da análise, optamos por adotar como abordagem metodológica a análise neoformalista proposta por Thompson (1988). Trata-se de uma abordagem que "assume que artistas são agentes racionais, que realizam escolhas que julgam apropriadas para um fim que eles têm em mente" (Thompson, 1988, p. 35, tradução nossa)[15], postura que se adequa ao artigo que propomos, com o qual visamos exatamente entender escolhas realizadas por Bergman e seus atores.

As intenções de quem produz o filme podem ser analisadas com o auxílio de alguns conceitos neoformalistas. O primeiro deles é a ideia de desfamiliarização[16], que Thompson (1988) adapta de Shklovsky (1991) para se referir ao ato de modificar um aspecto ideológico, estilístico, narrativo, entre outros, de modo a "prolongar ou dificultar a nossa percepção – nos induzir a nos concentrarmos nos processos de percepção e cognição como um fim em si mesmo" (Thompson, 1988, p. 36, tradução nossa)[17].

Na proposta neoformalista de análise fílmica também contamos com os conceitos de *motif* e variação, essenciais para um estudo aprofundado sobre escolhas estéticas e narrativas. Segundo Thompson (1988), *motif* é uma evidência padronizada que chama a atenção para si mesma ao se tornar cada vez mais recorrente. Já variação a autora afirma que é a quebra de determinado *motif*; uma mudança que existe para chamar a atenção de quem assiste e, assim, prolongar a experiência perceptiva do público. Ambos os conceitos, ainda segundo Thompson (1988), andam de mãos dadas com a unidade da obra, com suas representações de espaço, ação e tempo; e também com os seus significados, numa dinâmica que resulta "da interação entre as estruturas formais do filme e as operações mentais que performamos em resposta a eles" (Thompson, 1988, p. 26, tradução nossa)[18].

Dessa maneira, o percurso metodológico do artigo se ancora na análise fílmica de abordagem neoformalista e nas funções do estilo cinematográfico para identificar *motifs* e variações relacionadas ao trabalho de Gunnar Björnstrand, Lars Passgård e Ingmar Bergman, interpretando os dados obtidos segundo a ideia de ausência de linguagem comum defendida

[15] No original: Neoformalism assumes that artists are rational agents, making choices they judge appropriate to an end they have in view.
[16] No original poposto por Shklovsky (1991), *ostranenie*.
[17] No original: […] seeks to prolong and roughen our experience—to induce us to concentrate on the processes of perception and cognition in and of themselves.
[18] No original: […] result from the interaction between the work's formal structures and the mental operations we perform in response to them.

pelo cineasta sueco. Nos próximos tópicos, apresentamos o estudo em si, bem como seus resultados.

4 CORPOS RETRAÍDOS, VIBRANTES E EXPRESSIVOS

Ao realizarmos a decomposição do filme, notamos um *motif* que se sobressai na atuação de Björnstrand: o uso que o ator faz de seus braços. Em diversos momentos, seu personagem é visto com os membros cruzados sobre o próprio peito. Já em outros, seus braços dão suporte a uma mão que desliza sobre um rosto aflito, angustiado (Fig. 2, fotogramas 1, 3 e 4). À primeira vista, a motivação dos braços cruzados sugere apenas uma reação ao frio da ilha sueca na qual os personagens se encontram, mas tal conclusão parece agir como a máscara que Naremore (2008) descreve. Assim, cabe trazer à tona o principal subtexto de David ao longo do filme: sua crise enquanto escritor e seu medo da morte.

Figura 2 – David cruza seus braços e apoia a cabeça com as mãos em diversos momentos.



Fonte: Fotogramas de *Através de um Espelho* (1961).

De todos os personagens vistos em *Através de um Espelho*, David pode ser considerado o mais isolado – mas trata-se de um isolamento emocional. Sua interação com Karin, Martin e Minus sugere apenas uma cordialidade, um protocolo. Não por acaso, no momento em que o personagem expressa aquilo que realmente sente, ou seja, seu subtexto, ele se afasta, procura um local vazio e deixa transbordar sua presente condição interior.

Um exemplo disso é a sequência na qual, durante um jantar, ele se levanta da mesa e se dirige ao interior da casa de praia. Em seu desespero, ele coloca as mãos sobre o rosto, chora e *abre os braços* diante da janela (Fig. 2, fotograma 2). Notamos aí uma variação importante: David abre os braços no momento em que expressa seu sofrimento. Dessa forma, a mudança reforça a ideia de que, ao cruzá-los diante dos familiares, evita que outras pessoas acessem sua dimensão emocional.

A barreira construída pelos braços cruzados aponta também para um trabalho atoral que se utiliza, sobretudo, dos membros superiores para exercer a função expressiva do estilo. Outro exemplo reside na cena em que David, sozinho em seu quarto, desiste de dar continuidade à escrita e se senta na cama, checando seu pulso e seu coração (Fig. 3). Sem o apoio de qualquer palavra, o personagem reforça a angústia que sente pela finitude da vida e, assim, enriquece sua narrativa. Enquanto resultado de direção, trata-se de um exemplo de expressividade corporal retraída, como se os ensinamentos da pantomima se desinteressassem por arroubos estilizados e resultassem numa exposição realista, minimalista e cadenciada da fragilidade humana.

Figura 3 – Os braços e mãos de David expressam o medo que o personagem sente da morte.



Fonte: Fotogramas de *Através de um Espelho* (1961).

Dando continuidade à decomposição do longa-metragem, chegamos à interpretação de Lars Passgård e seu Minus, que consideramos um contraponto à de David. O *motif* que define o jovem personagem é a imagem de seu corpo correndo, brincando com espadas de madeira, subindo em janelas, saltando montes de areia e jogando pedras, entre outras vibrantes explosões de jovialidade (Fig. 4). Falamos, portanto, de um filho que expressa com cada parte de seu corpo a alegria que sente por estar vivo.

Figura 4 – Minus é um corpo vibrante ao longo do filme.



Fonte: Fotogramas de *Através de um Espelho* (1961).

A característica que descrevemos para o personagem de Passgård é tão marcante que, até mesmo em sequências nas quais Minus se vê em crise, sua reação é correr através de paisagens variadas até que seu corpo se recolha para que ele chore, expondo assim seu limite físico e psicológico.

Diante das escolhas de Bergman, Björnstrand e Passgård, cabe a pergunta: de que maneira elas se relacionam no filme? Como o retraído David lida com a explosão física de Minus? Por que, afinal, Bergman dá tais características a ambos os personagens?

Consideramos que um início de resposta possa ser possível ao analisarmos a sequência durante a qual Minus convida David para passear pela orla no momento em que seu pai tenta dar continuidade ao seu mais recente livro (Fig. 5).

Figura 5 – Minus convida David para uma caminhada e o contraponto se reforça.



Fonte: Fotogramas de *Através de um Espelho* (1961).

A princípio, David é surpreendido por Minus, que aparece em sua janela. O patriarca aceita o convite e desce até a porta. Ao sair da casa, nota que Minus planta bananeira com o auxílio da parede lateral. O que vemos aí é uma composição evocativa; um plano conjunto que coloca lado a lado dois personagens que usam seus corpos de maneiras opostas. Trata-se apenas de um exemplo inicial, já que Bergman e Sven Nykvist, diretor de fotografia do longa, criam outros momentos nos quais a agilidade de Minus divide o quadro com o retraimento de David – como demonstra o desfecho do jantar citado no início do texto, em que o personagem de Passgård brinca com uma espada de madeira enquanto o entristecido David recolhe a louça e os talheres (Fig. 4, fotograma 2). Não seria errado afirmar, portanto, que o filme realiza uma comparação entre os personagens; entre a maneira com que ambos utilizam seus corpos para expressar ou reprimir aquilo que sentem.

Mas qual a motivação dessa comparação? A continuidade da análise permitiu que identificássemos uma cena atípica na relação de Minus e David, mas que em sua variação sugere um subtexto que pode ser central para compreendermos a intenção de Bergman ao comparar os corpos e as atitudes de ambos os personagens. Trata-se do momento em que

Karin, Martin e Minus realizam uma surpresa para David e apresentam a ele uma peça teatral no quintal da casa de praia. A peça, de autoria do próprio Minus, se chama *The Artistic Haunting.* David, único na plateia, é levado com os olhos vendados até a posição na qual se encontra uma poltrona. É seu assento, rodeado de árvores e com uma das casas ao fundo.

Figura 6 – David altera semblante e revela o que sente por Minus.



Fonte: Fotogramas de *Através de um Espelho* (1961).

O que acontece a partir do momento em que David se senta e a peça começa é um exemplo fundamental da estratégia de Bergman e de Björnstrand. Karin, Minus e Martin se apresentam e David, munido de seu cachimbo, exibe em seu rostro algo de prazeroso, aparentemente alegre por testemunhar sua família numa experiência artística que tanto o interessa (Fig. 6, fotograma 1). No entanto, trata-se apenas de uma máscara. No instante em que Minus toma a dianteira da apresentação e começa a recitar seus diálogos com energia e habilidade, David altera seu semblante e, aos poucos, revela um subtexto de incômodo (Fig. 6, fotograma 2), tristeza (Fig. 6, fotograma 3) e de retorno a uma máscara de satisfação (Fig. 6, fotograma 4). A lógica não cessa, no entanto, e David retorna ao seu subtexto apresentando um semblante de raiva (Fig. 6, fotograma 5) e que atinge um desvio de olhar capaz de sugerir até mesmo escárnio pela presença e atitude do filho (Fig. 6, fotograma 6).

É esta a cena que sugere uma divisão entre David e Minus e que vai além da postura de seus corpos: o drama facial apresentado por Björnstrand durante a apresentação de seu filho evoca não apenas a raiva de um pai que, diferentemente do filho, já não consegue criar com a mesma eloquência – lembremos que o livro do patriarca está parado –, mas de

alguém que sente inveja da capacidade artística de outrem. Argumentamos que David, durante a apresentação teatral de sua família, deixa sua máscara cair e, com o auxílio de seu rosto, revela os complexos sentimentos que o movem desde o começo do filme.

Nesse sentido, vale a pena comparar outra vez a postura dos corpos num momento tão importante como esse. Enquanto David, de trejeitos realistas e retraído, se recolhe na poltrona com os braços cruzados e com um figurino que parece enclausurá-lo ainda mais, Minus é um ator que gesticula de maneira estilizada, alcançando algo de genuinamente pantomímico e visto a partir de composições que o engrandecem (Fig. 7). É em exemplos como esse que o filme corrobora a ideia de contraponto, indo da superfície do corpo para os meandros da alma com o auxílio do subtexto atoral descrito por McKee (1997).

Figura 7 – Minus engrandecido pelas composições do filme.



Fonte: Fotogramas de *Através de um Espelho* (1961).

A lógica de velar e desvelar o que David sente em relação ao próprio filho é tão intrincada que no momento crucial em que a peça acaba e o decoro social retorna, David é visto batendo palmas de maneira excitada, como se cada segundo da experiência tivesse sido degustado por um pai orgulhoso (Fig. 8). Trata-se, no entanto, de uma máscara, como bem demonstra a mise-en-scène confeccionada por Bergman.

Figura 8 – David, retornando à sua máscara, aplaude a peça.



Fonte: Fotograma de *Através de um Espelho* (1961).

Bergman e Nykvist filmam a suposta alegria do patriarca com uma câmera distante, fitando o pai na poltrona e diminuído na imagem, com o espaço negativo à esquerda evocando o vazio daquela atitude. David se encontra tão fechado em si mesmo que não seria errado dizer que existe uma performance dentro de outra em *Através de um Espelho*. O sofrimento do personagem é guiado também pela necessidade que ele sente de interpretar o papel de um pai feliz – um papel contrário àquilo que julgamos ser seu subtexto.

5 CORPOS ENQUANTO *MISE-EN-SCÈNE*

Ao propormos uma análise inspirada pela suposta ausência de linguagem comum citada por Bergman (2011), não esperávamos encontrar uma discrepância tão grande entre os personagens de David e de Minus. Se para Karin e Martin a ideia de incomunicabilidade sugerida pelo diretor é basilar, dada a doença da personagem de Harriet Anderson e o papel de médico exercido pelo seu marido, a relação do patriarca com seu filho é preenchida por nuances reveladas pontualmente ao longo do filme; expressadas por gestos fugazes, mas preenchidos de significado. É como se cada personagem tivesse seu próprio timbre, ainda que tais timbres sejam incapazes de encontrar a harmonia necessária para seguir adiante – não por acaso, é como instrumentos musicais que Bergman (2011) se refere aos atores em seu livro.

David cria barreiras para Minus que vão além do silêncio das palavras; elas se encontram também no corpo incapaz de se abrir à presença do filho, dilatando assim o

surgimento de um abraço; no rosto que se vira durante um dos momentos de maior alegria do primogênito; no cachimbo que quase sempre faz de seu próprio ritual algo mais interessante do que os movimentos acrobáticos de um adolescente. A motivação de David, surgida de uma inveja de cunho criativo e físico, explora não só a frustração do sujeito em sua melancolia como escritor, mas também a incapacidade que possui de aceitar que já não é, ele próprio, um jovem cheio de sonhos e expectativas.

Com isso, David cria para si um universo finito e solitário, ao passo que suas atitudes respingam naqueles que ele deveria amar – a exemplo de Minus, que encontra o carinho negado nos braços de sua irmã. Durante todo o tempo, a mise-en-scène de Bergman, fundamentada no trabalho de seus atores e atrizes, exalta tais características e culmina numa reflexão complexa sobre os perigos de nos isolarmos em nossas próprias fortalezas.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Um estudo de *Através de um Espelho* focado nas escolhas atorais apresentadas pelo elenco do filme tende a pensar o corpo do ator cumprindo funções específicas, assim como acontece com os demais recursos da práxis cinematográfica. Assim, nos interessamos pelos movimentos próprios de um gesto, pelo flexionar dos músculos de uma face, pelo ângulo que uma cabeça adota quando em estado de incômodo, entre outras "ferramentas" que atores e atrizes possuem para dar vida a personagens.

O resultado da análise do longa-metragem dirigido por Bergman nos leva a uma série de escolhas que poderiam ganhar um estudo ainda mais aprofundado caso artigos dedicados a figurino, esquemas de luz, *staging* ou maquiagem surgissem como ampliação. Disso resulta a riqueza da mise-en-scène vista na obra: por meio do estudo de apenas um de seus elementos compreendemos nuances expressivas e narrativas que uma visada geral é capaz de deixar escapar. Os ruídos presentes na relação de David e Minus são constantes, mas subterrâneos; evocam em instantes fugazes, mas gritam a ouvidos atentos.

Em suma, a atitude do personagem de Björnstrand descrita ao longo do texto faz ressoar o diálogo final de *Através de um Espelho*, no qual, depois de uma conversa com o pai, o jovem Minus celebra atônito o fato de ter tido a atenção de David por alguns instantes. À frente de uma janela e com um rosto que parece prestes a se derramar em lágrimas ele diz: "Papai falou comigo". Diante dos resultados da análise, trata-se de uma linha de diálogo que

faz jus à eloquência dos silêncios bergmanianos e à ideia de incomunicabilidade proposta pelo diretor sueco ao relembrar seus amores passados.

REFERÊNCIAS

ATRAVÉS DO ESPELHO. Direção: Ingmar Bergman. Produção: Carey Wilson. Intérpretes: Harriet Anderson; Gunnar Björnstrand; Max von Sydow; Lars Passgård. Roteiro: Ingmar Bergman. Música: Erik Nordgren. Estocolmo: Svensk Filmindustri, 1961. 1 Blu-ray (90 min), *academy ratio*, p&b.

BERGMAN, Ingmar. **Images**: my life in film. 2.ed. Nova Iorque: Arcade Publishing, 2011. 452p.

BORDWELL, David. **Figures traced in light –** on cinematic staging. 1.ed. Berkeley: University of California Press, 2005. 327p.

BORDWELL, David. **Perplexing plots** – popular storytelling and the poetics of murder. 1.ed. Nova Iorque: Columbia University Press, 2023. 512p.

BORDWELL, David; THOMPSON, Kristin; SMITH, Jeff. **Film art –** an introduction. 12.ed. Nova Iorque: McGraw-Hill Education, 2020. 544p.

MCKEE, Robert. **Story**: substance, structure, style, and the principles of screenwriting. 1.ed. Nova Iorque: Harper-Collins, 1997. 490p.

NAREMORE, James. **Acting in Cinema**. 1.ed. Berkeley, Estados Unidos. Editora: University of California Press, 1988. 316p.

SHKLOVSKY, Viktor. Theory of prose. 2.ed. Ilinois: Dalkey Archive Press, 1991. 216p.

THOMPSON, Kristin. **Breaking the Glass Armor** - Neoformalist Film Analysis. 1.ed. New Jersey, Estados Unidos. Editora: Princeton University Press, 1988. 376p.

ZERN, Leif. **Gunnar Björnstrand**. Ingmar Bergman, 2024. Disponível em: <https://www.ingmarbergman.se/en/person/gunnar-bjornstrand>. Acesso em: 9 fev. 2024.

O autor é responsável pela fidedignidade dos dados apresentados.

O QUE HÁ DE COMUNICACIONAL NO ESTILO CINEMATOGRÁFICO (?): UMA REFLEXÃO A PARTIR DA ANÁLISE DE *O ECLIPSE*, DIRIGIDO POR MICHELANGELO ANTONIONI

Thiago da Silva Rabelo[1]
Alexandre Tadeu dos Santos[2]

RESUMO

Trata-se de uma reflexão sobre possíveis aspectos comunicacionais do estilo cinematográfico ancorada numa análise de O Eclipse (1962) à luz das funções do estilo (Bordwell, 2018) e da comunicação gerativa elaborada por Braga (2017). Assim, identificamos padrões em que o filme ora aposta no que é comum à continuidade narrativa tradicional, ora no que é incomum, corroborando a articulação entre semelhanças e lacunas vista nos sistemas interacionais descritos pelo pesquisador brasileiro.

Palavras-chave: Reflexão; Estilo cinematográfico; Análise; *O Eclipse*; Comunicação gerativa.

WHAT IS COMMUNICATIONAL IN FILM STYLE(?): A REFLECTION ANCHORED ON AN ANALYSIS OF THE ECLIPSE, DIRECTED BY MICHELANGELO ANTONIONI

ABSTRACT

It's a reflection on possible communicational aspects of film style anchored in an analysis of The Eclipse (1962) in light of the functions of film style (Bordwell, 2018) and the generative communication elaborated by Braga (2017). We identified patterns in which the film sometimes focus on what is common to traditional narrative continuity, sometimes on what is unusual, corroborating the articulation between similarities and gaps seen in interactional systems described by the Brazilian researcher.

Keywords: Reflection; Film style; Analysis; The Eclipse; Generative communication.

INTRODUÇÃO

O longa-metragem ficcional *O Eclipse* (L'eclisse, 1962) é uma coprodução franco-italiana dirigida por Michelangelo Antonioni. Parte integrante daquela que a crítica especializada denominou como sendo sua Trilogia da Incomunicabilidade, composta ainda

[1] Doutorando do Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal de Goiás. E-mail: thirabeloo@gmail.com. Fomento: Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior, CAPES, Brasil.
[2] Doutor em Ciências da Comunicação pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo -USP. Professor adjunto na Faculdade de Informação e Comunicação da Universidade Federal de Goiás - UFG. E-mail: alexandresantos5@terra.com.br.

pelas obras *A Aventura* (*L´Aventura*, 1960) e *A Noite* (*La Notte*, 1961)[3], trata-se de um exemplo fundamental do movimento conhecido como modernismo europeu no cinema.

O roteiro do filme, escrito pelo próprio Antonioni com auxílio de Tonino Guerra, Elio Bartolini e Ottiero Ottieri, acompanha duas relações amorosas em momentos opostos. A princípio, somos apresentados a Vittoria (Monica Vitti) e Riccardo (Francisco Rabal), que compartilham o silêncio típico de um melancólico fim de relacionamento. Daí em diante, o filme segue os passos da protagonista enquanto a garota inicia um novo romance com Piero (Alain Delon), comerciante do mercado de ações. Como pano de fundo, Antonioni e sua equipe escolhem Roma, ao passo que os desdobramentos narrativos também nos apresentam a outros términos, novos *affairs*, acidentes automobilísticos e prejuízos financeiros sofridos pelos personagens.

O longa-metragem discorre sobre dilemas existenciais do pós-guerra vividos por uma burguesia europeia refém do dinheiro (ou da falta dele) e alienada de suas próprias emoções. Tratam-se de ideias que permeiam a obra antonioniana oriunda da década de 1960. Assim, "a crise emocional" enfrentada pelos personagens "está sempre relacionada com uma crise mais ampla, que afeta valores morais" (Tassone, 1996, p. 218, tradução nossa)[4]. Não por acaso, Bordwell e Thompson (2019) afirmam que Antonioni, ao lado de Roberto Rossellini, "fizeram com que a produção italiana partisse da verossimilhança do Neorrealismo em direção a um cinema de imaginação e ambiguidade" (p. 331-332, tradução nossa)[5].

Diante da contribuição de Antonioni para a evolução da linguagem cinematográfica, propomos pensar o trabalho do diretor a partir de pesquisas recentes no campo da comunicação. Justificamos tal interesse por conta da escassez de estudos voltados à relação entre comunicação e estilo cinematográfico. Assim, o problema que move o artigo é: como o estilo do cineasta italiano pode ser compreendido do ponto de vista comunicacional?

Inicialmente, é importante destacar que

> […] as características visuais de filmes têm uma história; essa história pede por uma análise e uma explicação; e o estudo desse campo – a história do estilo

[3] O diretor afirmou que a ideia de trilogia nunca foi defendida por ele, sobretudo porque tratam-se de quatro filmes tematicamente próximos, e não três – *O Deserto Vermelho* (*Il Deserto Rosso*, 1963) seria o último da lista. Ver Antonioni (1996, p. 221).

[4] No original: The emotional crisis is always related to the more general crisis affecting moral values.

[5] No original: Rossellini and Antonioni turned Italian filmmaking from the verisimilitude of Neorealism toward a cinema of imagination and ambiguity.

> cinematográfico – apresenta grandes desafios a qualquer um que deseje entender o cinema (Bordwell, 2018, p. 4, tradução nossa)[6]

A historiografia do estilo é um campo de pesquisa que faz parte de um maior, conhecido como a história estética do cinema. Nele, como afirma Bordwell (2018), também encontramos pesquisas focadas em gêneros narrativos (*thrillers*, horror), modos de produção (documentários, ficção) e formatos fílmicos (narrativos, não-narrativos). O autor também afirma que em investigações acadêmicas do tipo é comum haver uma distinção entre estudos sobre a história da estética e pesquisas centradas em tecnologias, indústria e aspectos culturais do cinema.

A respeito de algumas das principais referências da historiografia estilística, Bordwell (2018) afirma que a visão dos primeiros estudiosos do cinema mudo, como Maurice Bardèche e Robert Brasillach, se tornou referência para historiadores que ganhariam destaque posteriormente, como Georges Sadoul, Jean Mitry, Charles Ford, René Jeanne, entre outros. O segundo momento é protagonizado por André Bazin, crítico francês que influenciou toda uma geração de cineastas por meio do ensaio *A evolução da linguagem cinematográfica*. Como cerne do terceiro momento, temos a obra de Burch (1969), que trabalha com parâmetros de procedimentos estilísticos para pensar o modernismo cinematográfico. Por fim, o próprio Bordwell (2018) contribui ao fornecer uma maneira original de se pensar o estilo no cinema, baseada naquilo que ele chama de pesquisa de nível médio – aquela que, interessadas por características específicas de um ou mais filmes, evita se ater a teorias preestabelecidas, como o marxismo, o feminismo e o estruturalismo, preferindo que o próprio percurso de análise conduza a teorizações mais amplas.

Mas do que falamos exatamente quando citamos o termo estilo no cinema? Basicamente, nos referimos ao "uso sistemático e significativo de técnicas do meio", como "*mise-en-scène* (encenação, iluminação, performance e cenário); enquadramento, foco […], cinematografia; montagem; e som" (Bordwell, 2018, p. 4, tradução nossa)[7]. É no interesse

[6] No original: The way movies look has a history; this history calls out for analysis and explanation; and the study of this do- main-the history of film style-presents inescapable challenges to anyone who wants to understand cinema. Obviamente, o mesmo acontece com as características sonoras de um filme, amplamente estudadas nos últimos anos por entusiastas do estilo cinematográfico, a exemplo de Wierzbick (2012) e Carreiro (2018). Para o que propomos, no entanto, o recorte ancorado em elementos visuais é o bastante, ainda que estudos conjuntos de mise-en-scène e som se apresentem como interesses futuros de pesquisa.

[7] No original: I take style to be a film's systematic and significant use of techniques of the medium. Those techniques fall into broad domains*: mise-en-scène* (staging, lighting, performance, and setting); framing, focus, control of color values, and other aspects of cinematography; editing; and sound.

pela trajetória de cada uma dessas técnicas, bem como pela relação que elas mantêm com cineastas ou com grupos de filmes, que se funda a prática do campo.

Dentre todas as possibilidades que poderiam ser abordadas no artigo, optamos pelo recorte centrado na análise da *mise-en-scène* apresentada por *O Eclipse*. Justificamos a escolha por ser um recurso pouco estudado no campo da comunicação, sobretudo quando pensado à luz do modernismo cinematográfico europeu. Nesse sentido, delimitamos como objeto de estudo a cena inicial do longa-metragem, protagonizada por Vittoria e Riccardo no momento em que o relacionamento de ambos chega ao fim. Consideramos que essa é uma escolha que condiz com os limites espaciais do artigo e, ao mesmo tempo, carrega consigo características centrais do trabalho de Antonioni. No próximo tópico, apresentamos os referenciais teóricos utilizados na investigação.

1 FUNÇÕES DO ESTILO CINEMATOGRÁFICO E COMUNICAÇÃO GERATIVA

O estudo que propomos se ancora, principalmente, numa tentativa de diálogo entre o que Bordwell (2008a) define como as funções do estilo cinematográfico e a noção de comunicação gerativa desenvolvida por Braga (2017). Também buscamos apoio teórico em Marcondes Filho (2013) e nas ideias de comunicabilidades e incomunicabilidades elaboradas por Signates (2022).

Para o autor estadunidense, o estilo no cinema pode exercer quatro funções centrais. A primeira delas é a denotativa, por meio da qual o estilo é capaz de conduzir a atenção de quem assiste ao apresentar as características visuais e sonoras de um determinado universo ficional ou não-ficcional. Operando a partir de aspectos elementares como estruturas de *plot*, movimentação dos personagens, iluminação ou cenários, trata-se de uma função básica que atua interagindo com o sistema cognitivo do público.

A segunda é a função simbólica, que Bordwell (2008a) define como o momento em que o estilo cinematográfico faz alusão a ideias abstratas e por vezes mais amplas do que o filme em si – como o horror bélico simbolizado pelo pó brilhante que se espalha sobre os corpos dos amantes em *Hiroshima Mon Amour* (1959), de Alain Resnais.

Uma outra função é a decorativa, que pode ser compreendida como o estilo fazendo referência a si mesmo (Bordwell, 2008a, p. 60), criando um padrão que ganha mais relevância à medida com que se apresenta em um maior número de filmes. Exemplos podem

ser encontrados na filmografia de Charles Chaplin e Jacques Tati, nas quais figurinos específicos contribuíram para a iconografia dos personagens Carlitos e Sr. Hulot[8].

Por fim, temos a função expressiva do estilo cinematográfico. Nela, cineastas se utilizam de performances, cores, esquemas de luz, cenários, locações, montagem e outros recursos para enaltecer qualidades subjetivas de personagens e situações. Nesse sentido, recorremos a Bordwell (2008a) quando o autor afirma que

> Há muitos argumentos filosóficos sobre como a expressão funciona nas artes, mas, para meus propósitos, uma outra distinção é válida. Podemos distinguir entre estilo que **apresenta** qualidades de sentimento (o plano **transmite** tristeza) ou causa sentimentos no espectador (o plano me deixa triste). Na maioria das vezes, vou me ater à primeira dimensão da expressão, mas não há como passar por cima do poder do estilo de "contaminar" o espectador com sentimentos fortes. (Bordwell, 2008, p. 59 e 60, grifos nossos)

Em sua descrição, o autor utiliza os termos "apresenta" e "transmite" para se referir a um dos dois processos por meio dos quais a função expressiva do estilo pode atuar em um filme. Aqui, optamos por sugerir que o termo "comunica" também se adequa a esse contexto, tendo em vista defendermos que escolhas estilísticas também podem ser pensadas à luz de pesquisas mais recentes no campo da comunicação.

Uma dessas pesquisas é a de Braga (2017), que desenvolve prolífico diálogo com a obra do neurologista e escritor Oliver Sacks para pensar o fenômeno comunicacional atrelado àquilo que ele define como uma situação-limite: a relação entre a surdez, a linguagem e os processos sociais e culturais pelos quais passam os portadores. Numa estrutura textual que intercala descrições do estudo de Sacks (2010) e inferências particulares, o autor busca complementações, corroborações e tensionamentos de estudos anteriores (Braga, 2010a; 2010b), nos quais aborda aspectos que julga pertinentes para um entendimento atual da comunicação.

Um deles é a ideia de que a comunicação "envolve sempre um aspecto tentativo" (Braga, 2017, p. 38), sendo um esforço humano que se articula a partir de um processo. Nesse momento, a reflexão do autor apresenta aquela que é uma noção basilar de sua proposta. Para ele, o processo de tentativa e erro próprio do fenômeno comunicacional não apenas é possível por meio das linguagens já disponibilizadas culturalmente, como também

[8] Ao compor o personagem do Sr. Hulot, Tati tinha como intenção criar uma versão contrária ao figurino de Chaplin. Assim, suas calças são mais curtas, seu sobretudo é maior e o chapéu se distingue daquele utilizado pelo diretor e ator estadunidense. Outras características sobre essa relação podem ser encontradas em Cousins (2012).

é capaz de *gerar linguagens* em contextos nos quais não as encontra prontas. Dessa forma, "processos exitosos tendem a ser replicados, reforçando o jogo de probabilidades em favor do que se pretende e viabilizando tentativas mais escoladas" (Braga, 2017, p. 38).

É notável como as ideias de tentativa/erro e êxito/replicação se aproximam da noção de esquemas e variações proposta por Bordwell (2018), inspirado pela dívida teórica de Gombrich (2023) para com a obra de Karl Popper. Aqui, o estilo cinematográfico surge como uma série de decisões tomadas por cineastas para que problemas específicos de um filme sejam resolvidos. Dessa forma, aquilo que funciona ganha continuidade e tende a ser aperfeiçoado no decorrer do tempo e aquilo que não funciona é abandonado ou tem seu uso limitado de alguma maneira. Ainda sobre a ideia de problema/solução defendida pelo autor:

> Ela nos permite focar em aspectos particulares do estilo fílmico – certos problemas ao invés de todos – ao mesmo tempo em que permite que reconheçamos padrões de problema/solução interagindo uns com os outros ou com outros fatores (tecnológicos, econômicos ou culturais). O modelo também quebra teleologias totalizantes. Apenas porque um cineasta formula um objetivo, não há razão para crer que isso é de alguma forma préordenado pela ontologia do meio. Além disso, o modelo problema/solução deixa espaço para que tendências variadas possam coexistir num mesmo período, tendo em vista que cineastas concebem seus problemas e soluções em linhas competitivas. (Bordwell, 2018, p. 150, tradução nossa)[9]

Indo adiante em seu diálogo, Braga (2017) destaca que, para que consigam interagir uns com os outros, "os seres humanos precisam […] de *alguma coisa compartilhada* e de *lacunas* na possibilidade de ação comum" (p. 38, grifos nossos), sendo primordial para isso que usufruamos de nossa "competência instintiva para imitação e para a inferência" (p. 39).

Notamos aqui uma referência a uma certa noção de tensionamento entre o que se sabe e o que não se sabe *a priori* numa relação comunicacional, ou seja, a uma dinâmica modulada por familiaridades e estranhamentos. Além disso, é trazida à discussão a ideia de imitação e inferência, que se aproxima da própria trajetória do cinema enquanto experiência popular e forma artística, já que imitar o real e inferir características de mundo a partir da imagem bidimensionalizada foram temas investigados à exaustão por referências do meio, a

[9] No original: It allows us to focus on particular aspects of film style-certain problems rather than all of them while still acknowledging that patterns of problem and solution can intersect with one another or with other factors (technological, economic, or cultural). The model also breaks with overarching teleologies. Just because a filmmaker formulates a goal, there is no reason to believe that it is somehow foreordained by the ontology of the medium. In addition, the problem/solution framework leaves room for the possibility that varying tendencies can coexist within the same period, as filmmakers conceive their problems and solutions along competing lines.

exemplo do já citado crítico e teórico francês André Bazin. Trata-se de uma noção central até mesmo em filmes nos quais o objetivo não é apoiá-la: é no choque com o realismo que o cinema surrealista de Buñuel ganha força.

Braga (2017) continua aproximando o fenômeno comunicacional da noção de liberdades e de diferenças que "fazem problema" (p. 39) ao afirmar que uma característica recorrente de todos os sistemas interacionais "é a de apresentar entre estas liberdades possíveis a de contrariar criativamente as próprias regras em benefício da expressão e da geração de sentidos" (p. 40), sendo esse um ponto central para o estudo que propomos. Se as funções do estilo cinematográfico também são exercidas numa dinâmica de tentativa/erro que preza pelo atendimento ou pela quebra de regras em busca de expressividade e sentido, poderia a apreciação das escolhas de um(a) cineasta ser considerada um sistema interacional?

Sugerimos que possíveis respostas podem ser inferidas ao considerarmos a "fala interna" que Braga (2017) situa a partir de Merleau-Ponty (2012), recurso próprio de uma noção de alteridade essencial para sua proposta de comunicação gerativa. Para ele, "a fala interna não é apenas código internalizado, mas o próprio processo comunicacional - a voz de nossos interlocutores" (Braga, 2017, p. 42). Assim, a linguagem, segundo a visão defendida pelo autor e ainda inspirada por apontamentos de Sacks (2010), só pode existir mediante a prática comunicacional exercida pelo "encontro de alteridades" (Braga, 2017, p. 52), de espécimes semelhantes em alguns aspectos e diferentes em outros, que criam a partir de suas particularidades e não segundo uma estrutura biológica que ancora o social e ativa uma determinada língua. Em suma, é a essa articulação individual (voz interna) e dialógica (encontro) "que podemos chamar de comunicação" (Braga, 2017, p. 42).

De certa maneira, e levando em conta as disparidades entre as visões de ambos os autores[10], trata-se de uma reflexão que se aproxima do que Marcondes Filho (2013) julga como sendo o suposto atrito que acontece entre as partes integrantes do fenômeno comunicacional, não sendo difícil enxergar nele as tais vozes internas sugeridas por Braga (2017).

[10] Dentre as mais notáveis, a obra de José Luiz Braga se distancia da noção de uma comunicação rara, posição defendida por Ciro Marcondes Filho ao reforçar a capacidade transformadora do fenômeno. Para uma síntese desse debate, ver Signates (2022b).

> […] constata-se que a comunicação é produzida no atrito das coisas (uma frase e minha **memória**, uma cena cinematográfica e minhas **expectativas**, minha fala e a fala de meu amigo etc.), quando algo especial e único atravessa as duas instâncias; ocorre, portanto, no espaço intermediário, na região de contato, área entre um e outro, por onde um elemento incorpóreo, sutil e inesperado anima, vitaliza, energiza. A comunicação ocorre no espaço entre. (Marcondes Filho, 2013, p. 29, grifos nossos)

Nesse ponto, questionamos a natureza desse encontro: ele deve ser físico ou há outras possibilidades para que diálogos e vozes internas surjam e configurem fenômenos comunicacionais? Tendo em vista que o público se mantém intelectualmente ativo durante uma sessão, compreendendo pistas narrativas e estilísticas a partir de um *continuum* cognitivo e cultural, como demonstra Bordwell (1996; 2008b), e não se colocando numa condição passiva, sob domínio do aparato cinematográfico (Baudry, 1975), sugerimos que a noção de encontro também é possível na experiência cinematográfica, tendo em vista que as escolhas de um cineasta (sua voz interna) são cristalizadas no registro fílmico (película ou arquivo digital) e se mantêm à espera de quem assista. Assim, tais registros contêm aquilo que Signates (2022a) define como comunicabilidades e incomunicabilidades, ou seja, possibilidades e impossibilidades de haver comunicação, e não o fenômeno em si.

Dito isso, é possível afirmarmos que o estilo no cinema é apreendido pelo espectador de duas maneiras: 1) a partir de escolhas já conhecidas e que foram disseminadas ao longo da história do meio – culminando no fator de semelhança ou familiaridade; e 2) a partir de inovações em relação a esses mesmos recursos, responsáveis pelo aspecto potencialmente lacunar citado por Braga (2017). Com isso, a ideia de adaptação a códigos preexistentes e de produção de novos códigos cria uma espécie de interação pendular na qual estes mesmos códigos, uma vez incorporados, "passam a ser acionados de modo espontâneo em situações pertinentes – até que surjam novas situações, exigindo um refazimento ou uma complexificação" (Braga, p. 54).

Apresentadas as referências teóricas da pesquisa, passemos a descrever o percurso metodológico que utilizamos na análise e na interpretação dos dados.

2 PERCURSO METODOLÓGICO

De modo a demonstrar como escolhas estilísticas promovem problemas ao público, estimulando vozes internas que configuram articulações típicas do fenômeno comunicacional, propomos uma comparação entre as referências já apresentadas e os dados

coletados a partir de um estudo aprofundado da cena inicial de *O Eclipse*. Para isso, recorremos ao neoformalismo, proposta de abordagem metodológica sugerida por Thompson (1988).

Segundo a autora, "o neoformalismo assume que artistas são agentes racionais, que fazem escolhas que julgam apropriadas para um fim que eles têm em mente". Assim, "artistas têm intenções, mesmo que os resultados atingidos sejam frequentemente não intencionais" (Thompson, 1988, p. 35, tradução nossa)[11]. Além disso, sua abordagem defende a noção de que filmes sempre são obras construídas por alguém e que, por isso, não possuem qualidades naturais ou elementos universais estabelecidos de antemão, valorizando com isso a ideia de voz do outro defendida por Braga (2017).

Outra noção central para a autora é a de que o significado não deve ser considerado o resultado final de uma obra de arte, mas um dos componentes responsáveis por sua estrutura formal (Thompson, p. 12). Consideramos que essa visão enaltece a importância de escolhas estilísticas, estimulando investigações centradas nas intenções artísticas enquanto fragmentos de uma rotina de trabalho.

Encarar o artista como um trabalhador[12], por sua vez, é uma postura que destaca os ímpetos e as técnicas que o movem. Como um de seus principais objetivos, artistas se interessam por meios de "engajar nossa atenção o máximo possível" (Thompson, 1988, p. 36, tradução nossa)[13]. Para isso, eles "geralmente lidam com ideias existentes e fazem com que elas pareçam novas por meio da desfamiliarização" (Thompson, p. 13, tradução nossa)[14], conceito que pode ser entendido de maneira mais profunda ao pensarmos que

> A arte desfamiliariza nossas percepções habituais do mundo cotidiano, de ideologias, de outros trabalhos artísticos e assim por diante ao se apropriar do material oriundo destas fontes e transformá-lo. A transformação se dá pela inserção deste material num novo contexto e pela sua participação em padrões formais inusitados. (Thompson, 1988, p. 11, tradução nossa)[15]

[11] No original: Neoformalism assumes that artists are rational agents, making choices they judge appropriate to an end they have in view. Artists have intentions, even if the results they achieve are often unintentional.

[12] O termo *craftsman é* comumente utilizado nesse sentido, a exemplo do que faz Bordwell (2018), aproximando o artista da ideia de artesão.

[13] No original: Any film's first task is to engage our attention as forcefully as possible.

[14] No original: […] artists usually deal with existing ideas and make them seem new through defamiliarization.

[15] No original: Art defamiliarizes our habitual perceptions of the everyday world, of ideology […], of other artworks, and so on by taking material from these sources and transforming them. The transformation takes place through their placement in a new context and their participation in unaccustomed formal patterns. A autora resgata o termo de Shklovsky (1991).

Para identificarmos desfamiliarizações, é preciso que compreendamos os conceitos de *device*[16] e motivação. Thompson (1988) define *device* como qualquer elemento específico que faça parte de uma obra – a exemplo do figurino utilizado Judy Garland em *O Mágico de Oz* (*The Wizard of Oz*, 1939) ou dos cortes rítmicos que caracterizam a montagem de *O Encouraçado Potemkin* (*Bronenosets Potyomkin*, 1925). Tais *devices* sempre exercem funções específicas no conjunto de um trabalho artístico, cabendo ao analista identificá-los.

Já a noção de motivação é definida pela autora como uma "interação entre a estrutura de uma obra e a atividade do espectador" (Thompson, p. 16, tradução nossa)[17], que age por conta própria no sentido de encontrar uma razão para a existência de determino *device*. Aqui, sugerimos se tratar de um conceito que se aproxima da ideia de sistema interacional descrita por Braga (2017) ao considerar as semelhanças e as lacunas mantidas entre filme e público.

Por fim, Thompson (1988) descreve quatro tipos de motivação que podem fazer parte de qualquer trabalho artístico. A primeira delas é a motivação composicional, definida pela autora como uma interação na qual pistas deixadas pela obra estimulam o público a perceber o uso de *devices* na construção da causalidade narrativa, temporal ou espacial. Aqui, estamos inseridos no contexto diegético.

Já a motivação realista diz respeito à plausibilidade de um determinado *device*, ou seja, à interação entre público, intenções de cineastas e ideias sobre o mundo real. Para Thompson (1988), é quando quem assiste ou quem produz busca referências externas à obra para determinar a motivação de algum *device* – como experiências pessoais ou esquemas estilísticos em voga numa determinada época.

Motivação transtextual é uma interação na qual pistas deixadas por cineastas provocam o público no sentido de fazê-lo perceber referências a outras obras artísticas. Thompson (1988) destaca que essa capacidade depende de experiências passadas com obras de arte de estilos variados e que cineastas podem, inclusive, brincar com as nossas expectativas nesse sentido.

Por fim, há a motivação artística, tratada como padrões artísticos que competem com outros elementos de uma determinada obra para conquistar a atenção do público

[16] A obra de Thompson (1988) não possui tradução para a língua portuguesa. No entanto, consideramos que os termos mecanismo ou instrumento poderiam ser utilizados sem maiores prejuízos para a discussão.

[17] No original: […] motivation, then, operates as an interaction between the work's structures and the spectator's activity.

(Thompson, 1988, p. 19). Aqui, um exemplo esclarecedor é o cinema dito experimental, no qual composições abstratas ganham proeminência. No entanto, a autora ressalta que filmes narrativos também podem conter *devices* com motivação artística inseridos aqui e ali, provocando uma atividade específica por parte de quem assiste ao "desfamiliarizar sua própria estrutura artística" (Thompson, p. 20, tradução nossa)[18].

Nos tópicos seguintes, apresentamos a análise da cena inicial de *O Eclipse* e também os resultados, interpretados à luz do referencial bibliográfico escolhido.

3 ANÁLISE

O plano inicial de *O Eclipse* nos apresenta ao cotovelo de Riccardo, que surge descentralizado no quadro fílmico e apoiado em alguns livros (Fig. 1, fotograma 1). Uma breve panorâmica para a direita revela seu semblante. Alguns planos se passam e notamos Vittoria ao fundo, apoiada numa cadeira enquanto a parte de trás da cabeça do rapaz surge próxima à câmera. Algo semelhante acontece com a personagem de Vitti no plano seguinte, um pouco mais aberto e mostrando mais as suas costas (Fig. 1, fotogramas 2 e 3).

Figura 1 – Composições atípicas e recursos tradicionais de continuidade narrativa em *O Eclipse*.



Fonte: Fotogramas de *O Eclipse* (1962).

Momentos depois, o ombro direito da protagonista é que toma conta do primeiro plano da imagem, enquanto Riccardo surge sentado numa poltrona, atônito (Fig. 2, fotograma 1). Antonioni, então, toma uma decisão inusitada: ele opta por elevar sua câmera e centralizar o topo da cabeça de Vittoria no quadro, acompanhando a personagem até o momento em que ela cobre parte do corpo de Riccardo. No plano seguinte, faz o mesmo com a cabeça do personagem de Francisco Rabal (Fig. 2. fotogramas 2 e 3).

Figura 2 – Câmera de Antonioni busca o estranhamento.

[18] No original: Devices can […] defamiliarize the structures of the artwork itself.



Fonte: Fotogramas de *O Eclipse* (1962).

Para compreendermos quão atípicas são algumas das escolhas de encenação feitas pelo diretor italiano no início de *O Eclipse*, é necessário que retornemos às maneiras básicas de se contar uma história no cinema com o auxílio da continuidade narrativa clássica estabelecida nas primeiras décadas do século XX. Assim, apresentamos três técnicas adotadas a nível global por realizadores: a linha dos 180º, o esquema de campo/contracampo e a técnica da linha de olhares.

> Por volta de 1900-1910, enquanto cineastas começavam a explorar a montagem, eles tentaram organizar planos de modo a contar uma história de maneira clara. Assim, desenvolveram uma abordagem para a montagem, auxiliada por estratégias específicas de cinematografia e *mise-en-scène*, que era baseada na continuidade narrativa. Suas investigações culminaram num estilo consistente no final dos anos 1910, que foi adotado por cineastas de todo o mundo. (Bordwell; Thompson; Smith, 2020, p. 230, tradução nossa)[19].

Como elemento fundante desse estilo global, a ideia de continuidade narrativa defende uma experiência de imersão e de transparência (Xavier, 2005), na qual o público em nenhum momento se distrairia por conta das técnicas que compõem a feitura cinematográfica. Uma dessas técnicas é a chamada linha de 180º, em torno da qual o cineasta constrói o espaço cênico. O tal eixo de ação "determina um círculo pela metade […] onde a câmera pode ser colocada para apresentar a ação". Dessa forma, cineastas "planejam, encenam, filmam e montam de modo a manter o eixo de ação de plano para plano" (Bordwell; Thompson; Smith, 2020, p. 231, tradução nossa)[20].

Ao se ater à regra dos 180º, um cineasta trabalha a partir de uma segunda técnica essencial para a ideia de continuidade narrativa: o esquema de campo e contracampo – ou

[19] No original: Around 1900–1910, as filmmakers started to explore editing, they tried to arrange their shots so as to tell a story clearly. They developed an approach to editing, supported by specific strategies of cinematography and *mise-en-scene*, that was based on narrative continuity. Their explorations coalesced into a consistent style at the end of the 1910s, and it was embraced by filmmakers around the world.

[20] No original: This axis of action determines a half-circle, or 180° area, where the camera can be placed to present the action. The filmmaker will plan, stage, shoot, and edit the shots so as to maintain the axis of action from shot to shot.

shot e *reverse shot*. Apesar de ser comumente utilizado a partir de um ângulo de 3/4, com a câmera colocada próxima ao ombro do personagem que está de costas para a câmera, o esquema de campo/contracampo não determina, segundo Bordwell, Thompson e Smith (2020), um espelhamento exato de composições, mas apenas planos que se encontram em pontos opostos do eixo de ação.

Por fim, temos a técnica da linha de olhar, ou *eyeline match*. Nela, "o plano A apresenta alguém olhando para algo que está fora do quadro e o plano B nos mostra o que está sendo observado por essa pessoa" (Bordwell; Thompson; Smith, 2020, p. 234, tradução nossa)[21]. Aqui, não há um plano apresentando os dois personagens ao mesmo tempo. Ao invés disso, temos a relação espacial entre ambos estabelecida pela direção do olhar e pelo corte executado na montagem.

Ao retornarmos à análise de *O Eclipse*, percebemos que Antonioni mescla momentos em que essas técnicas são atendidas e momentos nos quais elas recebem uma variação ou são completamente ignoradas. A estranheza de um cotovelo que toma o lugar de um rosto (Fig. 1, fotograma 1) rivaliza com o uso tradicional do esquema de campo e contracampo (Fig. 1, fotogramas 2 e 3), ao passo que esse mesmo esquema surge, minutos depois, sendo executado no limite da linha central que configura o eixo de ação (Fig. 2, fotogramas 2 e 3).

No entanto, a *mise-en-scène* adotada por Antonioni vai além e intensifica essa alternância entre o que é familiar à continuidade narrativa tradicional e o que se desvia dela sem maiores rodeios. Analisemos, por exemplo, o momento em que Vittoria cobre o corpo de Riccardo na imagem, mantendo suas costas no centro do quadro (Fig. 3, fotograma 1). Aos poucos, a personagem caminha lateralmente, revela a presença de seu parceiro e se coloca diante de um espelho, por meio do qual podemos ver seu rosto estabelecendo uma linha de olhar com Riccardo, que continua atônito na poltrona (Fig. 3, fotograma 2). Em essência, Antonioni cria dois quadros: aquele representado pelas bordas da imagem cinematográfica e aquele representado pela moldura do espelho. Não por acaso, Eisenstein (2002) chegou a sugerir que essa técnica também poderia ser considerada uma forma de montagem. Por fim, Vittoria quebra a linha de olhar antes estabelecida ao se virar, aflita, para a direção oposta à de Riccardo (Fig. 3, fotograma 3).

[21] No original: This occurs when shot A presents someone looking at something offscreen and shot B shows us what is being looked at.

Figura 3 – Exemplo de linha de olhar estabelecida sem o uso de cortes.



Fonte: Fotogramas do filme *O Eclipse* (1962).

Outro experimento do diretor italiano utilizando *props*, ou objetos de cena, pode ser apreciado quando Vittoria inicia uma conversa sobre continuar ou não sendo a tradutora de artigos dos quais Riccardo depende para trabalhar. Na cena em questão, Antonioni abre o quadro e apresenta a cabeça do personagem de Rabal sendo coberta pela parte superior de uma luminária, localizada no canto esquerdo da imagem (Fig. 4, fotograma 1). O rapaz, então, a questiona se é sobre isso que ela realmente quer falar, momento em que Vittoria fica em silêncio, enaltecendo assim a artificialidade do diálogo.

Figura 4 – Luminária se sobrepõe ao rosto de Riccardo e frontalidade é negada.



Fonte: Fotogramas do filme *O Eclipse* (1962).

Mais adiante, Antonioni deixa de lado o esquema de campo/contracampo e também a técnica de linha de olhares para compor imagens nas quais Riccardo e Vittoria negam frontalidade um ao outro durante os diálogos (Fig. 4, fotogramas 2 e 3), reforçando o descompasso inerente ao término do namoro.

Por fim, existem momentos em que Antonioni, com o auxílio de Dianni Di Venanzo, diretor de fotografia do filme, se atém à iluminação para desenvolver sua *mise-en-scène*. Quando Vittoria faz alusão a uma conversa que ocorreu na noite anterior, e que diz respeito ao término da relação, a vemos coberta por sombras no momento exato em que Riccardo a impede de sair da casa (Fig. 5, fotograma 1). Mais uma vez, o rosto de ambos não encontra sintonia no quadro – um se ilumina, o outro se apaga. Noutro instante, a partir das escolhas

feitas pelo cineasta e por Piero Poletto, diretor de arte do longa, percebemos que a personagem de Vitti é emoldurada por uma pintura abstrata e que Riccardo, ao se ver sozinho em sua casa, é emoldurado por outra (Fig. 5, fotogramas 2 e 3).

Figura 5 – Sombras e pinturas reforçam falta de sintonia entre personagens.



Fonte: Fotogramas do filme *O Eclipse* (1962).

A cena inicial de *O Eclipse* nos apresenta a um silêncio que diz muito. Os amantes estão em crise conjugal e isso fica latente em composições que quebram linhas de olhar e ignoram ou deturpam o esquema de campo/contracampo, pilares da continuidade narrativa clássica. Além disso, decisões de *mise-en-scène* também corroboram para identificar tais intenções, como o uso incomum de objetos de cena, de iluminação e da posição dos atores no quadro.

Ainda assim, Antonioni preza por também utilizar o estilo para reforçar a continuidade narrativa tradicional em boa parte da conversa mantida por Riccardo e Vittoria, respeitando a linha de 180º em quase toda a cena, enfatizando a fluidez dos movimentos por meio de cortes na montagem e evitando, com isso, desorientar o público enquanto Vitti e Rabal perambulam pelo apartamento. É esse aspecto de familiaridade e estranheza (ou de semelhança e lacuna) que julgamos fundamental para compreendermos o que pode haver de comunicacional em suas escolhas estilísticas. No próximo tópico, discorremos sobre isso enquanto apresentamos o resultado da interpretação feita a partir dos dados extraídos da análise.

4 O COMUNICACIONAL EM ANTONIONI?

A quebra da linha de olhar, o jogo de luzes e sombras e a posição dos atores em relação à câmera, a eles mesmos e também em relação a objetos de cena são escolhas que visam resolver problemas específicos. Assim, a análise que realizamos evidencia alguns dos

devices que Antonioni utiliza para ressaltar o contexto emocional de seus personagens, permeado por diálogos trôpegos e por tentativas frágeis de reconciliação.

Pensemos agora num sentido mais amplo, ou seja, no estilo do diretor como um todo. No que diz respeito à função denotativa, Antonioni movimenta seus atores de modo a chamar a atenção do público para a sobreposição de corpos e de objetos, de expressões comedidas quando privadas e artificiais quando compartilhadas. Corpos giram em torno de si mesmos e em torno um do outro e reflexos criam dinâmicas composicionais complexas.

Já a função simbólica salienta um mundo no qual relações são efêmeras, assim como o silêncio de Vittoria e Riccardo se prolonga muito mais do que suas palavras. Corrobora para isso um exterior que troca a natureza por concreto, a exemplo da torre de água em formato de cogumelo que a personagem de Vitti observa pela janela ao tentar respirar. Em suma, Riccardo e sua ex se tornaram objetos banais um para o outro, da mesma maneira com que a luminária sobre a qual falamos se ajusta tão bem ao corpo do rapaz.

A função decorativa também está presente em *O Eclipse*, dizendo respeito à recorrência de escolhas feitas pelo diretor italiano em outros filmes. Exemplo disso é o jogo de frontalidades faciais e a negação dessas, técnica analisada em Bordwell, Thompson e Smith (2020) e que também pode ser percebida em entrevistas registradas por Antonioni (1996).

Por fim, há a função expressiva do estilo cinematográfico e sua capacidade de comunicar sentimentos dos personagens. Aqui, resgatamos as quatro motivações elaboradas por Thompson (1988) para pensarmos o que pode haver de comunicacional no estilo adotado pelo diretor.

No que diz respeito à motivação composicional, Antonioni se aproveita da continuidade narrativa clássica para facilitar a participação do público, ainda que em vários momentos varie ou ignore seus postulados. Assim, nasce um jogo pendular no qual ora nos situamos a partir daquilo que já sabemos ser comum em um filme narrativo, ora somos surpreendidos por decisões incomuns e até excêntricas. O resultado é que conseguimos acompanhar a história contada ao mesmo tempo em que somos confrontados pelo estilo.

A respeito da motivação transtextual, temos uma dinâmica que valoriza os outros filmes do cineasta, já que suas marcas estilísticas ganham corpo ao serem analisadas em conjunto. Além disso, há referências à pintura abstrata (quadros de Riccardo), que podem

enriquecer o fenômeno comunicacional mantido entre filme e público ao também recompensarem e confrontarem o conhecimento e as sensações de quem assiste.

Já a motivação realista joga, sobretudo, com o clima do pós-guerra, com as entrevistas dadas pelo diretor, com a maneira de se fazer e de se pensar filmes na Europa sessentista e com o sucesso de Michelangelo Antonioni ao lançar *A Aventura* e *A noite*, justificando assim os *devices* que ele escolhe utilizar na cena analisada. No entanto, argumentamos que o público só é capaz de compreender a motivação realista em sua plenitude caso a transtextual também seja apreendida – configurando mais uma vez a dinâmica pendular que citamos anteriormente.

Na motivação artística, por sua vez, temos novamente um nível considerável de alternância entre o que é conhecido e o que é atípico, a partir do qual Antonioni nos oferece padrões tradicionais de encenação apenas para subvertê-los minutos ou até segundos depois. Um exemplo evidente dessa motivação pode ser encontrado no possível impacto causado pelo primeiro plano de *O Eclipse*, no qual o cotovelo de Riccardo surge como assunto. Afinal, trata-se de algo incomum para a continuidade narrativa tradicional.

Retomando a discussão sobre a função expressiva do estilo, também temos um comunicar de qualidades de sentimento baseado na familiaridade e na estranheza dos *devices* escolhidos por Antonioni. A efemeridade da relação de Vittoria e Riccardo é expressada pela corrida dela em direção à janela ou pelo semblante atônito dele enquanto se senta; ganha protagonismo nas cabeças de ambos, que surgem eclipsando a imagem um do outro; e adquire forma naquilo que não é dito – os tais silêncios prolongados – ou no que é dito apenas para que o assunto mais importante seja ofuscado, escondido. Alternadamente, esses momentos dividem espaço com aqueles nos quais a dinâmica do fatídico casal flui de maneira sincera, como quando Riccardo chama por Vittoria, tentando impedi-la de sair de sua casa, ou quando a protagonista faz referência à já citada conversa ocorrida na noite anterior. É a partir dessa modulação que Antonioni atende e quebra regras de modo a gerar expressividade e produzir sentido.

Considerando o caminho que fizemos até aqui, é preciso que retornemos a Braga (2017) e ao sistema interacional permeado por semelhanças e lacunas descrito pelo autor. Se essa é a articulação que configura o fenômeno da comunicação, os padrões encontrados na análise da cena inicial de *O Eclipse* sugerem algumas perguntas que julgamos relevantes: seria o fundamentalmente comunicacional no estilo cinematográfico sua capacidade de

estimular familiaridades e estranhezas no momento exato em que é apreciado? Indo além: ao assistirmos a um filme, seríamos atraídos pelo que há em nós de todos os produtos audiovisuais que vimos, das experiências de vida que acumulamos e das expectativas que alimentamos, sendo confrontados pelo que há de estranho nas escolhas feitas pelos cineastas mais criativos? Indo além: seria essa a articulação que define a faceta comunicacional do próprio cinema?

Não temos a pretensão de responder a nenhuma dessas questões em apenas um artigo. Consideramos que a existência delas já é um resultado instigante e nos colocamos à disposição para diálogos envolvendo possibilidades epistemológicas no campo da comunicação e do cinema.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Quando começamos a desenvolver a reflexão que caracteriza o artigo, ela própria embrionária, tínhamos como intenção nos concentrarmos na função expressiva do estilo cinematográfico, tendo em vista que considerávamos sua definição como aquela que mais se aproxima de uma ideia de comunicação. No entanto, a análise demonstrou que Bordwell (2008a; 2008b; 2018) e Thompson (1988) dialogam em muitos outros níveis com os estudos propostos por Braga (2017), reforçando como o trabalho do pesquisador brasileiro abre espaço em outros campos do saber.

Se a comunicação se dá a partir de encontros pautados por lacunas e semelhanças, como afirma Braga (2017), e se esses encontros podem ser realizados a partir das comunicabilidades e incomunicabilidades (Signates, 2022a) cristalizadas pelo registro fílmico, os estudos em cinema já não poderão utilizar o termo comunicação sem se aprofundar nele em capítulos introdutórios ou levá-lo em consideração durante análises de obras, ideologias ou movimentos, assim como os estudos comunicacionais interessados pelo objeto cinema se tornarão mais ricos e complexos.

Assumimos, contudo, que o artigo é por vezes esquemático, atendo-se às referências teóricas com um fervor raramente aconselhável em pesquisas acadêmicas. Ainda assim, consideramos a experiência válida por se tratar de um estudo incomum, interessado pela relação entre comunicação e estilo cinematográfico, e também por valorizar o esforço epistemológico realizado por mentes brasileiras.

REFERÊNCIAS

ANTONIONI, Michelangelo. **The architecture of vision** – writings & interviews on cinema. Veneza: Marsilio Pub, 1996. 429p.

BAUDRY, Jean-Louis. *Le dispositif*. **Communications** - Psychanalyse et cinema, no. 23, 1975, p. 56-72. Disponível em <https://www.persee.fr/doc/comm_05888018_1975_num_23_1_1348>. Acesso em 18 set. 2024.

BORDWELL, David. **Figuras traçadas na luz**: a encenação no cinema. São Paulo: Papirus, 2008a. 352p.

BORDWELL, David. **Poetics of cinema**. New York: Routledge, 2008b. 499p.

BORDWELL, David. **On the history of film style**. Wisconsin: Irvington Way Press, 2018. 342p.

BORDWELL, David; THOMPSON, Kristin. **Film history** – an introduction. Wisconsin: McGraw Hill Education, 2019. 780p.

BORDWELL, David. **Convention, construction, and cinematic vision**. In: BORDWELL, David; CARROL, Noël. Post-theory: reconstructing film studies. Madison: The University of Wisconsin Press, 1996. 981p.

BORDWELL, David; THOMPSON, Kristin; SMITH, Jeff. **Film art** – an introduction. Nova Iorque: McGraw-Hill Education, 2020. 646p.

BRAGA, José Luiz. Comunicação gerativa: um diálogo com Oliver Sacks. **MATRIZes**, São Paulo, v. 11, n. 2, p. 35-55, mai/ago. 2017. Disponível em <https://www.revistas.usp.br/matrizes/article/view/133655>. Acesso em: 11 ago. 2024.

BRAGA, José Luiz. Nem rara nem ausente - tentativa. **MATRIZes**, São Paulo, v. 4, n. 1, p. 65-81, jul/dez. 2010a. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/matrizes/article/view/38276>. Acesso em 15 ago. 2024.

BRAGA, José Luiz. Comunicação é aquilo que transforma linguagens. Alceu, Rio de Janeiro, v. 10, n. 20, p. 41-54, jan/jun. 2010b. Disponível em: <https://pdfdocumento.com/comunicaao-e-aquilo-que-transforma-linguagens1-revista-alceu_59fac1921723ddd4ecdb5d91.html> . Acesso em 20 ago. 2024.

BURCH, Noël. **Práxis do cinema**. Paris: Gallimard, 1969. 232p.

CARREIRO, Rodrigo. **O som do filme**: Uma introdução. Pernambuco: Ed. UFPR, 2018. 223p.

COUSINS, Mark. **Story of film**. Londres: Pavillion Books, 2012. 512p.

EISENSTEIN, Sergei. **A forma do filme**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2002. 235p.

GOMBRICH, Ernst. **Art and illusion**: a study in the psychology of pictorial representation. Princeton: Princeton University Press, 2023. 603p.

MARCONDES FILHOS, Ciro. **O rosto e a máquina**: o fenômeno da comunicação visto dos ângulos humano, medial e tecnológico. São Paulo: Editora Paulus, 2013. 184p.

MERLEAU-PONTY, M. **A prosa do mundo**. São Paulo: Cosac Naify, 2012. 252p.

O ECLIPSE. Direção: Michelangelo Antonioni. Produção: Giorgio Baldi, Dino Di Salvo e Danilo Marciani. Intérpretes: Monica Vitti; Alain Delon; Francisco Rabal; Lilla Brignone. Roteiro: Michelangelo Antonioni; Tonino Guerra; Elio Bartolini. Música: Giovani Fusco. Itália; França: Cineriz, 1962. 1 Blu-ray (126 min), 1.85: 1, p&b.

SHKLOVSKY, Viktor. **Theory of prose**. Illinois: Dalkey Archive Press, 1991. 240p.

SIGNATES, Luiz. Por uma metateoria das tensões comunicacionais: fundamentos para um objeto metateórico na ciência da comunicação. In: ANAIS DO 31° ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS, 2022, Imperatriz. **Anais eletrônicos...** Campinas, Galoá, 2022. Disponível em: <https://proceedings.science/compos/compos-2022/trabalhos/por-uma-metateoria-das-tensoes-comunicacionais-fundamentos-para-um-objeto-metate?lang=pt-br>. Acesso em: 18 ago. 2024.

SIGNATES, Luiz. Por que não é possível não estudar Ciro Marcondes Filho e sua nova teoria da comunicação. Revista Fapicom, São Paulo, v. 6, n. 11, p. 61-78, jan-jun, 2022b. Disponível em: <https://revista.fapcom.edu.br/index.php/revista-paulus/article/view/610>. Acesso em 23 ago. 2024.

TASSONE, Aldo. The history of cinema is made on film. Entrevista com Michelangelo Antonioni. In: ANTONIONI, Michelangelo. **The architecture of vision** – writings & interviews on cinema. Veneza: Marsilio Pub, 1996. 429p.

XAVIER, Ismail. **O discurso cinematográfico** - a opacidade e a transparência. 3.ed. São Paulo, Brasil. Editora: Paz e Terra, 2005. 212p.

WIERZBICKI, James. **Music, Sound and Filmmakers** - Sonic style in cinema. Nova Iorque: Routledge, 2012. 232p.

Os autores são responsáveis pela fidedignidade dos dados apresentados.

VILÕES E ANTI-HERÓIS: OS ESTÁGIOS DA SAGA DO ANTI-HERÓI, PERSPECTIVA E CONTEMPORANEIDADE

Renan da Silva Dalago[1]
Alexandre Tadeu dos Santos[2]

RESUMO

A jornada do herói, descrita por Campbell, tornou-se um conceito influente. Adaptada por Vogler em *A Jornada do Escritor* (1992), sua estrutura de separação, iniciação e retorno recebeu críticas por previsibilidade, mas é útil para analisar o anti-herói. Este estudo examina a ascensão do anti-herói em *Malévola* (2014), *Coringa* (2019), *Cruella* (2021) e *Bebê Rena* (2024), que desafiam o heroísmo clássico, revelando personagens complexos e além dos estereótipos tradicionais.

Palavras-chave: Estágios do Anti-Herói; Personagem Complexo; Contemporâneo.

VILLAINS AND ANTI-HEROES: THE STAGES OF THE ANTI-HERO'S SAGA, PERSPECTIVE, AND CONTEMPORANEITY

ABSTRACT

The hero's journey, described by Campbell, has become an influential concept. Adapted by Vogler in *The Writer's Journey* (1992), its structure of separation, initiation, and return has been criticized for predictability, yet it remains useful for analyzing the anti-hero. This study examines the rise of the anti-hero in *Maleficent* (2014), *Joker* (2019), *Cruella* (2021), and *Bebê Rena* (2024), which challenge classic heroism, revealing complex characters beyond traditional anti-hero stereotypes.

Keywords: Anti-Hero Stages; Complex Character; Contemporary.

INTRODUÇÃO

[1] Possui bacharelado em Publicidade e Propaganda pela UniCesumar e licenciatura em Letras - Português/Espanhol e Literaturas pela Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul (UEMS). É mestre em Literatura, com ênfase em Poéticas da Modernidade, pelo Programa de Pós-Graduação em Letras da UEMS. Atualmente, é doutorando em Comunicação, na linha de pesquisa Mídia e Cultura, pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Goiás (UFG), onde é bolsista da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de Goiás (FAPEG).

[2] Professor adjunto na Faculdade de Informação e Comunicação da Universidade Federal de Goiás (UFG) e docente no Programa de Pós-Graduação em Comunicação (Mestrado e Doutorado) da mesma instituição. Doutor em Ciências da Comunicação pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (USP), concluído em 2010, e mestre em Comunicação e Linguagens pela Universidade Tuiuti do Paraná (UTP), com titulação obtida em 2003.

O estudo da narrativa, seja no campo da mitologia, do cinema ou da literatura, frequentemente recorre a estruturas que ajudam a compreender a trajetória dos personagens e as mensagens que essas histórias transmitem. Um dos conceitos mais influentes nessa área é a "Jornada do Herói", desenvolvida por Joseph Campbell em seu seminal *O herói de mil faces*, originalmente publicado em 1949. Nele, Campbell, renomado mitólogo e professor, estabeleceu um padrão narrativo universal presente em mitos e histórias de diversas culturas, descrevendo uma estrutura cíclica que reflete o desenvolvimento pessoal e espiritual dos indivíduos. Em sua análise, Campbell identificou uma jornada composta por três fases principais: separação, iniciação e retorno, demonstrando como essas etapas moldam a jornada do herói através de desafios e transformações. Este modelo, influenciado por Carl Gustav Jung e seu trabalho sobre arquétipos e inconsciente coletivo, revela a conexão profunda entre narrativas míticas e a psicologia humana.

Christopher Vogler, um roteirista e consultor de cinema, ampliou e popularizou as ideias de Campbell com seu livro *A jornada do escritor*, originalmente publicado em 1992. Esse estudioso adaptou a estrutura da Jornada do Herói para o contexto da escrita de roteiros cinematográficos, oferecendo uma abordagem prática para roteiristas de Hollywood. Em vez de se limitar a uma análise teórica, Vogler mostrou como aplicar os princípios da jornada em filmes icônicos, ajudando a criar narrativas que têm causado grande impacto no público. Sua obra não apenas esclarece os arquétipos e etapas fundamentais da jornada heroica, mas também destaca a relevância desses elementos em diferentes culturas e formatos. No entanto, a dependência excessiva de Vogler de exemplos de filmes hollywoodianos levanta questões sobre a aplicabilidade universal do modelo, sugerindo uma necessidade de explorar outras formas de narrativa.

A influência da Jornada do Herói é inegável, mas sua popularização trouxe consigo um fenômeno de saturação, resultando em narrativas previsíveis e estereotipadas. A fórmula repetitiva observada em muitas produções culturais contemporâneas, especialmente em Hollywood, gerou críticas quanto à falta de inovação e diversidade na representação de heróis e histórias. A estrutura de Campbell, embora poderosa, tem suas limitações, particularmente no que diz respeito à inclusão de arquétipos femininos e à variação narrativa. A crítica sugere que a aplicação rigorosa do monomito pode limitar a riqueza e a

diversidade das representações heroicas, deixando de lado perspectivas importantes e formas alternativas de heroísmo.

Neste cenário, o conceito de anti-herói emerge como uma resposta às limitações do herói tradicional. Ao contrário do herói arquetípico que segue uma trajetória de virtude e superação, o anti-herói é caracterizado por falhas morais, escolhas questionáveis e uma complexidade psicológica que reflete a ambiguidade da condição humana. Personagens como: *Malévola* (2014), *Coringa* (2019), *Cruella* (2021) e *Bebê Rena* (2024), exemplificam essa nova abordagem narrativa. Esses anti-heróis são apresentados com uma profundidade que humaniza suas ações e motivações, desafiando as noções tradicionais de moralidade e heroísmo. A análise desses personagens revela um padrão narrativo distinto que segue nove atos ou passagens recorrentes, desde a violação inicial até a busca por regeneração ou o caos completo, causado por suas ações

A distinção entre jornada e saga também desempenha um papel crucial na compreensão dessas narrativas. Enquanto a jornada é frequentemente associada ao progresso pessoal e à superação de desafios, a saga envolve uma complexidade maior, com múltiplas perspectivas e eventos entrelaçados ao longo do tempo. A saga é uma narrativa mais ampla e densa, que explora questões profundas e frequentemente não oferece uma resolução clara. Essa diferenciação ajuda a contextualizar o papel dos anti-heróis, que muitas vezes habitam a zona cinzenta entre o bem e o mal, refletindo as contradições internas da condição humana.

Em resumo, a jornada do herói, conforme delineada por Campbell (2007) e popularizada por Vogler (2006), oferece uma estrutura valiosa para a análise narrativa. No entanto, o surgimento do anti-herói e a exploração de narrativas em sagas mostram a evolução e a complexidade da narrativa contemporânea. A jornada do herói continua a ser uma ferramenta útil, mas é essencial reconhecer suas limitações e considerar a diversidade de formas narrativas que enriquecem a compreensão do heroísmo e da condição humana. A análise dos anti-heróis e das sagas proporciona uma visão mais abrangente e reflexiva, destacando a profundidade e a ambiguidade das experiências humanas que vão além das fórmulas tradicionais.

DE CAMPBELL À VOGLER

Joseph Campbell foi um renomado mitólogo, escritor e professor norte-americano, conhecido por suas obras sobre mitologia comparada e religião; seu livro mais influente foi *O herói de mil faces* (1949), onde Campbell apresenta a teoria da "Jornada do Herói", e pautado, principalmente, por seus estudos em religião comparada, descreve um padrão narrativo universal presente em mitos e histórias de diversas culturas. Campbell argumenta que as narrativas humanas seguem uma estrutura cíclica de aventura, superação e transformação, refletindo o desenvolvimento pessoal e espiritual dos indivíduos.

Christopher Vogler, por sua vez, é um roteirista e consultor de cinema norte-americano que popularizou as ideias de Campbell na indústria cinematográfica. Seu livro *A jornada do escritor* (1992) adapta o monomito ou a “Jornada do Herói” de Campbell para o campo da escrita de roteiros, especialmente para o cinema de Hollywood. Vogler utilizou os princípios da Jornada do Herói para ajudar roteiristas a criar histórias, aplicando essa estrutura em filmes icônicos.

A obra *O herói de mil faces*, de Joseph Campbell (2007), tem como premissa central o conceito de monomito, ou a jornada do herói, um ciclo narrativo presente em mitos e histórias de diversas culturas. Campbell argumenta que os mitos de heróis compartilham uma estrutura arquetípica universal, composta por três fases: separação, iniciação e retorno. Essa análise transcultural, influenciada por pensadores como o fundador da psicologia analítica Carl Gustav Jung (1875-1961), revela uma profunda conexão entre a narrativa mítica e a psicologia humana, especialmente no que tange à superação de desafios e à busca por significado.

O autor constrói sua teoria a partir de um vasto estudo comparativo de mitos e religiões de diferentes culturas e períodos históricos. Ele vê o herói como alguém que, ao ser chamado para a aventura, abandona o mundo comum para enfrentar obstáculos sobrenaturais ou desconhecidos, obtendo assim uma transformação pessoal e coletiva. Este ciclo não apenas descreve a narrativa de personagens como Jesus, Buda e Moisés, mas também permeia grande parte da literatura e das produções culturais contemporâneas, o que contribui para a durabilidade e o sucesso de sua abordagem.

Um dos aspectos mais notáveis da referida obra é a aplicabilidade da jornada do herói na cultura popular, sendo amplamente utilizada por roteiristas e autores, como se vê em filmes de Hollywood. A repetição da fórmula, entretanto, é alvo de críticas. A exaustão do

monomito em produções culturais atuais resultou em narrativas previsíveis e estereotipadas. Embora Campbell proponha uma estrutura aberta à variação, muitos filmes e histórias se tornaram "enlatados", com pouca inovação em termos de desenvolvimento de personagens ou tramas.

A crítica ao uso excessivo do monomito também destaca a ausência de uma maior diversidade de narrativas, especialmente no que tange às figuras femininas. O mundo predominantemente masculino do herói campbelliano, centrado em arquétipos patriarcais, limita as representações e desconsidera a riqueza de outras formas de heroísmo, como o feminino, que poderia trazer novas perspectivas ao ciclo narrativo. Enquanto a estrutura campbelliana é inegavelmente eficaz para contar histórias centradas em um único herói, ela é insuficiente para abarcar a multiplicidade de experiências humanas e culturais.

Em síntese, *O herói de mil faces* apresenta uma narrativa abrangente e impactante, que oferece uma compreensão poderosa dos mitos e de sua relevância na psicologia e na cultura. Contudo, a popularização e a repetição da jornada do herói, especialmente em meios como o cinema, revelam também suas limitações, gerando uma saturação do modelo e negligenciando outros arquétipos heroicos e perspectivas narrativas. Assim, embora a obra de Campbell tenha contribuído imensamente para o entendimento do mito e sua função na sociedade, é importante considerá-la como uma ferramenta dentre várias outras, capaz de enriquecer, mas também de limitar, as representações heroicas no mundo contemporâneo.

A obra *A jornada do escritor*, de Christopher Vogler (2006), apresenta-se como uma ferramenta indispensável para a compreensão da estrutura narrativa de heróis, calcada na teoria de Joseph Campbell sobre a Jornada do Herói. Vogler adapta as ideias de Campbell ao contexto cinematográfico, oferecendo uma análise detalhada dos arquétipos e das etapas fundamentais que compõem a narrativa mitológica e heroica. Nesse sentido, o autor não apenas proporciona uma visão esclarecedora sobre o que torna uma história cativante, como também destaca a relevância desses elementos no processo de construção de narrativas universais, presentes em diversas culturas e formatos.

Ao seguir os passos de Campbell, Vogler (2006) mostra que a Jornada do Herói transcende o simples entretenimento. Ela reflete uma busca existencial, na qual o herói, representando o ser humano comum, enfrenta desafios e transformações pessoais que simbolizam a jornada interna de autoconhecimento e superação. Assim, o leitor é convidado

a reconhecer, em suas próprias experiências, os elementos dessa jornada mítica, tornando a leitura não apenas instrutiva, mas também introspectiva e reflexiva.

No entanto, a obra de Vogler (2006) não escapa de uma crítica quanto à sua dependência quase exclusiva de exemplos hollywoodianos. O foco constante em narrativas cinematográficas de sucesso, como *Star Wars* e *Indiana Jones*, limita o escopo da discussão e faz com que a análise pareça centrada no modelo norte-americano de *storytelling*. Esse detalhe não diminui o valor do livro, mas abre uma lacuna para reflexões sobre outras formas de narrativa, especialmente literárias, que poderiam enriquecer ainda mais a compreensão da Jornada do Herói.

Quanto ao conceito de herói e anti-herói, tanto Campbell (2007) quanto Vogler (2006) delineiam uma figura arquetípica que, ao passar por provações, se transforma e alcança o “elixir” da vida eterna, o conhecimento ou a vitória.

No contexto de *A jornada do escritor* de Christopher Vogler, o "elixir" é um símbolo central do estágio final da jornada do herói e representa aquilo que o herói traz de volta após sua aventura transformadora. Pode ser um objeto físico, conhecimento ou uma qualidade, como a sabedoria ou a paz interior. O "elixir da vida eterna" é uma metáfora para uma recompensa valiosa que transcende o comum, algo que não só beneficia o herói, mas também pode ser compartilhado com o mundo para trazer cura, renovação ou mudança. (Vogler, 2006)

Vogler se baseia no conceito de Joseph Campbell sobre o "elixir" na jornada do herói, sugerindo que o herói retorna com algo capaz de revitalizar sua comunidade. O elixir, portanto, vai além de um mero objeto de poder; é uma fonte de transformação, que pode simbolizar a própria imortalidade, seja literal (como na busca por vida eterna) ou espiritual, na forma de legado, sabedoria ou impacto duradouro na sociedade.

Assim, o herói clássico segue um caminho de redenção e superação, enquanto o anti-herói, embora também passe por uma jornada de transformação, muitas vezes exibe falhas morais e éticas que o afastam da figura idealizada do herói. Ambos, contudo, compartilham a característica central de serem agentes de mudança, e suas narrativas revelam aspectos profundos da condição humana.

O livro de Vogler, portanto, propõe mais do que uma mera fórmula para contar histórias. Ele sugere que a jornada do herói é, de fato, um reflexo da busca interior por identidade, equilíbrio e completude. Dessa forma, *A jornada do escritor* oferece aos

escritores e leitores uma oportunidade de olhar para além da superfície das histórias e compreender o poder transformador dos mitos, tanto na ficção quanto na vida real.

O ANTI-HERÓI

O conceito de anti-herói ocupa um espaço central na narrativa contemporânea, desafiando as características tradicionais do herói clássico. Enquanto o herói arquetípico, descrito por Joseph Campbell (2007), segue uma trajetória de superação e virtude, o anti-herói se caracteriza por traços contraditórios, falhas morais e escolhas questionáveis. Ele não é definido pela bravura ou pela retidão, mas por sua complexidade, o que o aproxima de uma figura mais realista e multifacetada. O anti-herói reflete a ambiguidade da condição humana, apresentando-se como alguém cujas motivações não são necessariamente altruístas, mas profundamente humanas e, muitas vezes, contraditórias.

Na literatura e no cinema, o anti-herói desafia as noções de moralidade ao se mover entre o bem e o mal, ora agindo por interesse próprio, ora enfrentando dilemas éticos. Ele se desvia do caminho da virtude não por uma maldade intrínseca, mas por circunstâncias que o colocam em situações em que suas falhas emergem. A jornada do anti-herói é marcada pela introspecção e pela falta de certezas absolutas, tornando-o um personagem que gera empatia no público justamente por seus erros, medos e decisões que destoam do ideal heroico.

Diferentemente do vilão, que age com propósitos claros de destruição ou malícia, o anti-herói pode agir contra sua própria vontade ou motivado por um senso de justiça pessoal. Suas escolhas refletem uma moralidade dúbia que está em constante negociação, resultando em uma figura que oscila entre a luz e a sombra. A narrativa contemporânea valoriza essa figura justamente por sua complexidade psicológica e por representar o ser humano em sua plenitude, com virtudes e defeitos.

O anti-herói representa uma resposta ao maniqueísmo presente nas histórias tradicionais, onde o bem e o mal são rigidamente separados. Ele habita uma zona cinzenta, desafiando o público a reavaliar suas expectativas sobre o que significa ser "herói". Exemplos literários como o protagonista de *Dom Casmurro* de Machado de Assis, e figuras cinematográficas como o personagem de Walter White em *Breaking Bad*, ilustram o quanto o anti-herói subverte a narrativa clássica, propondo reflexões mais profundas sobre moralidade, justiça e identidade.

Assim, o anti-herói é um reflexo de tempos de incertezas e crises de valores, proporcionando uma nova forma de identificação com o público, que encontra nesse personagem uma representação mais crua e honesta da realidade humana. Ele é, em última instância, a manifestação das contradições internas do indivíduo, revelando que o herói e o anti-herói podem coexistir na mesma figura, dependendo do ponto de vista de quem os observa.

DA JORNADA À SAGA

Sempre que pensamos sobre as palavras jornada e saga, há de se inferir que, entre elas há uma diferença, no *Dicionário de termos literários*, saga é definida como:

> Nor. Arc. Saga, história, narrativa.
> Designa as narrativas épicas, em prosa, que circularam entre os povos da Islândia e da Escandinávia, de forma oral e anônima, antes do século XII, e de forma escrita e geralmente anônima, daí por diante. Mesclando fatos verídicos, folclóricos e imaginários, relatavam a histórias de reis, como *Heinskrigla*, de Snorri Sturluson, ou de famílias, como *Laxdaela Saga*, de autor desconhecido. A voga das sagas começou a declinar no século XIII, em razão de a Islândia haver perdido a independência e do crescente influxo da cultura francesa. (Moisés, 2013, p. 424, grifos do autor)

No que se refere à jornada, o mesmo dicionário, define-a como: “Esp., corresponde a “ato”. Derivado prov. Do provc. Jornada, de *jorn*, dia, do lat. *diurnus* (Corominas) (Moisés, 2013 p. 260). Verifica-se a questão temporal que está implícita no referido vocábulo, a qual implica também na evolução de um indivíduo.

No *Minidicionário da língua portuguesa*, de Evanildo Bechara, jornada é definida como “1. Marcha que se faz em um dia. 2 Percurso de uma viagem empreendida por terra [...] 3. Expedição militar. 4. Fig. Duração de um dia de trabalho [...]” (Bechara, 2009, p. 535-536). Enquanto saga é definida como “1. Lenda medieval escandinava. 2. Narração ficcional de feitos heroicos. 3. Narrativa romanceada sobre alguém ou alguma família” (Bechara, 2009, p. 796).

Embora ambas definições nos remetam a narrativas, é importante compreender que, semioticamente ou até mesmo simbolicamente, quando falamos “jornada” e “saga”, isso sempre nos remete a diferentes situações

A distinção entre jornada e saga vai além de suas definições literárias e dicionarizadas. Enquanto a jornada é muitas vezes associada ao progresso pessoal, à descoberta e à superação de desafios, a saga carrega um peso maior, envolvendo questões

mais profundas e difíceis de resolver. Na jornada, o herói trilha um caminho que, embora repleto de obstáculos, é previsível em termos de etapas e conquistas, vista como um rito de passagem, uma experiência necessária para o amadurecimento e a evolução do personagem.

Por outro lado, a saga representa algo mais amplo e complexo. Enquanto a jornada é individual e linear, a saga envolve múltiplas perspectivas, personagens e eventos que se entrelaçam ao longo do tempo. As sagas escandinavas, por exemplo, não apenas narram as façanhas de reis e heróis, mas também as lutas de famílias inteiras, a coexistência de mitos e história, e o embate entre a glória e a tragédia. É uma narrativa que, ao contrário da jornada, não busca necessariamente um fim claro e resolutivo, mas sim a exploração contínua de conflitos, alianças e dilemas; na contemporaneidade, as narrativas em sagas exploram dilemas internos e externos.

Simbolicamente, a saga representa a complexidade da vida, na qual nem tudo se resolve de forma simples ou imediata. Ela desafia o personagem e o leitor a conviver com ambiguidade, incerteza e, muitas vezes, com o fracasso ou a perda. A jornada pode ser uma travessia difícil, mas a saga, com sua profundidade e densidade, carrega o fardo de uma trajetória existencial, em que o final feliz não é garantido, e o aprendizado muitas vezes vem acompanhado de sacrifício e dor.

Assim, quando analisamos a diferença entre jornada e saga, compreendemos que ambas representam aspectos essenciais da experiência humana. A jornada foca no indivíduo e seu crescimento, enquanto a saga encapsula a complexidade da coletividade, das relações e dos destinos interconectados. Ambas são necessárias, mas a saga nos lembra que a vida não é apenas uma sequência de desafios a serem superados, mas um emaranhado de histórias e escolhas que nos moldam de maneiras profundas e, às vezes, irreversíveis.

A SAGA DO ANTI-HERÓI

No presente estudo, conduzido pelo autor deste artigo, foram examinadas mais de 30 obras, entre as quais se destacam *Malévola* (2014), *Coringa* (2019), *Cruella* (2021) e *Bebê Rena* (2024). O propósito dessa investigação é aprofundar a compreensão e traçar os contornos do que se denomina "saga do anti-herói". Essas produções oferecem novas perspectivas sobre personagens tradicionalmente vistos como vilões, revelando camadas de complexidade que os humanizam e explicam as motivações por trás de suas ações.

O filme *Malévola* (2014) reconta a clássica história de *A Bela Adormecida* a partir da visão da vilã, destacando seu passado trágico e os eventos que a transformaram em uma feiticeira. A narrativa explora como a traição e o desespero moldaram seu caráter, ao mesmo tempo que revela sua capacidade de redenção, especialmente no relacionamento com a princesa Aurora, que ela inicialmente amaldiçoa.

Em *Coringa* (2019), a história se concentra em Arthur Fleck, um comediante fracassado que vive em Gotham City. O filme destaca sua progressiva deterioração mental e transformação em um assassino imprevisível. Aborda questões como isolamento social, saúde mental e a fragilidade das estruturas sociais, demonstrando a complexidade envolvida na formação de um vilão icônico como o Coringa.

Cruella (2021) reimagina a origem da antagonista de *101 Dálmatas*, ambientando a narrativa na Londres dos anos 1970. A personagem principal, Estella, uma jovem rebelde com talento para a moda, gradualmente se transforma em Cruella, uma figura ousada e vingativa. O filme explora as razões por trás dessa mudança, colocando em evidência seu desejo por vingança e suas ambições no mundo da moda.

Por fim, *Bebê Rena* (2024), baseado na peça autobiográfica de Richard Gadd, aborda a história de um homem que é perseguido obsessivamente por uma mulher que ele conheceu de maneira casual. A narrativa explora temas de vulnerabilidade masculina, abuso psicológico e trauma, apresentando a degradação da vida e das relações do protagonista à medida que ele tenta lidar com o assédio e suas consequências.

A análise dessas obras permitiu identificar um padrão narrativo no desenvolvimento dos anti-heróis, que segue nove atos ou passagens recorrentes: (1) o personagem está em seu lugar comum; (2) é renegado, enganado ou excluído pela sociedade ou por uma máquina opressora; (3) sente-se ou é violado; (4) a sombra o consome; (5) busca revolucionar ou provocar o caos; (6) torna-se visível para a sociedade que o renegou; (7) encontra a si mesmo; (8) decide entre a sombra ou a luz; e, finalmente, (9) passa por um processo de regeneração. No entanto, o anti-herói que não se regenera está fadado a se tornar vilão ou a retornar à revolução e ao caos.

Dessa forma, observa-se que esses personagens, inicialmente vistos como vilões, são apresentados de maneira mais humanizada e complexa, sendo o processo de regeneração ou queda um aspecto central na construção narrativa desses anti-heróis.

OS 9 ESTÁGIOS DA SAGA

A partir da análise e inferência dos filmes mencionados — *Malévola* (2014), *Coringa* (2019), *Cruella* (2021) e *Bebê Rena* (2024) —, podemos traçar um paralelo com a estrutura narrativa em nove passagens apresentadas, que se desenrolam ao longo da trajetória desses personagens complexos. Cada uma dessas obras explora profundamente o conceito de anti-herói, colocando os protagonistas em situações que testam suas identidades, valores e reações ao mundo que os rejeita ou os violenta.

PRIMEIRO ESTÁGIO: ESTAVA EM SEU LUGAR COMUM

Nas narrativas de Malévola, Coringa, Cruella e Bebê Rena, os personagens principais iniciam suas trajetórias em um estado de aparente estabilidade, uma "zona de conforto" que, à primeira vista, parece ser um ponto de partida seguro. Malévola, por exemplo, vive em harmonia em seu reino, uma fada protetora cuja vida segue tranquilamente até que eventos externos venham a perturbar essa estabilidade. Sua rotina pacífica reflete uma conexão equilibrada com o mundo ao seu redor, o que torna ainda mais dramática a quebra dessa harmonia. Da mesma forma, Arthur Fleck (o Coringa) é um homem tentando viver uma vida comum, aspirando a ser um comediante. Embora sua realidade seja marcada por dificuldades econômicas e emocionais, ele ainda está inserido em uma rotina previsível, lutando para sobreviver em uma sociedade que não o valoriza. Cruella, por outro lado, é uma jovem ambiciosa que quer encontrar seu lugar no mundo da moda, uma jovem criativa e cheia de ideias que deseja se destacar em um ambiente hostil e competitivo. Por fim, em Bebê Rena, Donny Dunn é um comediante que trabalha em um pub e tenta alavancar sua carreira enquanto lida com os desafios da vida cotidiana. Todos esses personagens, em suas respectivas histórias, começam em uma espécie de normalidade, ainda que esta seja repleta de dificuldades, sem imaginar as grandes transformações que irão atravessar.

SEGUNDO ESTÁGIO: A SOCIEDADE OU A MÁQUINA O RENEGA, O ENGANA E/OU O EXCLUI

Logo após essa fase inicial de aparente estabilidade, todos esses personagens enfrentam um momento de ruptura, onde a sociedade ou um sistema os trai, exclui ou marginaliza. A confiança que Malévola deposita em Stefan se transforma em uma cruel traição quando ele a engana para roubar suas asas e, com isso, alcançar o poder. O sistema que deveria proteger suas terras acaba colaborando com a opressão que ela enfrenta. No

caso de Arthur Fleck, a traição é representada pela sociedade como um todo, que constantemente o negligencia e marginaliza, ignorando suas necessidades psicológicas e emocionais, e exacerbando seu isolamento. Esse abandono coletivo catalisa sua transformação em Coringa, o arquétipo do caos social. Cruella também enfrenta a traição de figuras que ela considerava importantes em sua vida; ao tentar se afirmar no mundo da moda, ela é manipulada e prejudicada por aqueles ao seu redor, sendo vista como uma ameaça. Já em Bebê Rena, Donny é enganado por Martha, uma cliente que se revela muito mais do que uma simples admiradora. A relação entre eles se transforma em uma perseguição obsessiva que afeta profundamente a vida de Donny, perturbando seu bem-estar pessoal e sua carreira profissional. Em todos esses casos, a sociedade, de diferentes formas, age como um mecanismo opressor que relega os personagens ao esquecimento, até que eles se veem obrigados a reagir.

TERCEIRO ESTÁGIO: ELE É E/OU SE SENTE VIOLADO

A traição e o engano criam nos personagens uma profunda sensação de violação, seja física, emocional ou psicológica. Malévola é literalmente mutilada quando suas asas são arrancadas em um ato de violência que simboliza a destruição de sua essência e poder. Essa violação física tem um impacto emocional devastador, que define o rumo de sua história. Para Arthur Fleck, a violação não é necessariamente física, mas psicológica e emocional, quando ele é continuamente humilhado e tratado como invisível pela sociedade. Sua tentativa de se conectar com os outros é constantemente rejeitada, e essa negligência o empurra para a beira da loucura. Cruella, por sua vez, também experimenta um senso de violação em suas ambições, ao ser descartada e menosprezada por aqueles que têm poder no mundo que ela deseja conquistar. Seu talento e esforço são desconsiderados, e isso alimenta sua transformação em alguém que está disposta a jogar conforme suas próprias regras. Em Bebê Rena, a violação de Donny assume múltiplas camadas: ele é emocionalmente perseguido e assediado por Martha, o que intensifica traumas passados de agressão sexual, criando um ciclo contínuo de dor e medo. O sentimento de invasão, portanto, permeia cada uma dessas histórias, mostrando como os personagens são profundamente marcados por esses atos de violência e traição.

QUARTO ESTÁGIO: A SOMBRA CONSOME

A resposta a essa violação é a imersão na própria sombra, um conceito que remete à parte mais obscura do ser humano, onde o sofrimento e a dor começam a moldar comportamentos e ações. Malévola, após a traição, se transforma em uma figura vingativa, carregada pelo desejo de retaliação, e lança uma maldição sobre a filha de Stefan, alimentada por seu ódio e dor. Arthur Fleck, ao abraçar o caos de sua própria mente, se converte no Coringa, um símbolo da insanidade e da revolta contra um mundo que o marginalizou. Cruella, por sua vez, adota uma persona mais fria e implacável, transformando-se em uma figura que combina sua criatividade com um toque de crueldade, a fim de superar aqueles que a prejudicaram. Em Bebê Rena, Donny é consumido pelo medo e pela obsessão com Martha, cuja presença constante o domina, arrastando-o para uma espiral de paranoia e desespero. O mergulho na sombra reflete o momento em que esses personagens deixam de lado suas antigas identidades e abraçam uma nova persona, mais sombria e menos limitada pelas normas sociais.

QUINTO ESTÁGIO: O ANTI-HERÓI QUER REVOLUCIONAR OU PROVOCAR O CAOS

Em determinado momento, os personagens passam da introspecção sombria para a ação, buscando revolucionar o mundo à sua volta ou simplesmente causar o caos. Malévola, movida pelo desejo de vingança, lança uma maldição sobre Aurora, marcando o ápice de sua revolta. Para Arthur Fleck, o caos se manifesta de maneira destrutiva, quando ele se torna o Coringa e incita uma revolução violenta nas ruas de Gotham, transformando-se em um símbolo de anarquia. Cruella decide romper com todas as normas e expectativas, assumindo o controle de sua identidade como uma rebelde no mundo da moda, desafiando as convenções de poder e status. Já Donny, em Bebê Rena, tenta recuperar o controle de sua vida, mas suas tentativas de restabelecer uma ordem pessoal se confundem com ações caóticas, tanto em sua vida privada quanto no palco público de sua carreira. Suas ações, impulsionadas pelo desespero, acabam por gerar mais desordem do que ele poderia prever.

SEXTO ESTÁGIO: ELE SE TORNA VISTO PELA SOCIEDADE QUE O RENEGOU

À medida que o caos é instaurado, a sociedade que antes ignorava esses personagens finalmente passa a enxergá-los. Malévola se torna uma figura temida, reconhecida por seu poder e sua capacidade de destruição. O Coringa, por sua vez, se torna o líder involuntário de

uma revolução, um símbolo da quebra das normas sociais, agora visível para todos. Cruella alcança o sucesso e se torna uma figura icônica, destacando-se como uma força criativa e inovadora. Em Bebê Rena, Donny finalmente consegue a atenção que sempre desejou quando seu desabafo público viraliza, catapultando sua carreira a um novo patamar, ainda que de maneira inesperada. A visibilidade que esses personagens ganham, no entanto, vem com um custo, e muitas vezes a notoriedade está ligada ao caos que provocaram.

SÉTIMO ESTÁGIO: ELE SE ENCONTRA

Com o reconhecimento da sociedade, surge um momento de reflexão em que os personagens começam a se reencontrar consigo mesmos. Malévola descobre que ainda tem a capacidade de amar e de perdoar, especialmente ao se reconectar com Aurora e perceber que sua vingança não trouxe a paz que desejava. Arthur Fleck, por outro lado, se entrega completamente à sua loucura, encontrando uma forma distorcida de liberdade ao abraçar sua nova identidade como o Coringa. Cruella se estabelece como alguém que desafia o status quo, reconhecendo sua dualidade e aceitando sua complexidade. Donny, em Bebê Rena, tenta encontrar um sentido para sua vida ao enfrentar seus traumas passados e presentes, confessando suas experiências dolorosas e buscando uma forma de se reconectar com quem ele realmente é.

OITAVO ESTÁGIO: DEFINIÇÃO SOMBRA OU LUZ

Nesse ponto, os personagens enfrentam uma escolha crucial: seguir pela sombra ou optar pela luz. Malévola, depois de tanto tempo mergulhada em ódio, opta pela redenção, escolhendo proteger aqueles que ama e se reconciliar com seu passado. O Coringa, no entanto, afunda-se ainda mais em sua escuridão, escolhendo um caminho de caos sem volta. Cruella encontra um equilíbrio entre luz e sombra, aceitando sua natureza desafiadora sem se deixar consumir por ela. Donny, por outro lado, continua preso em uma luta interna, dividido entre a obsessão por Martha e o desejo de superar seus traumas e seguir adiante.

NONO ESTÁGIO: REGENERAÇÃO

A regeneração, ou a ausência dela, é um fator determinante no desfecho dos personagens analisados. Em cada uma das narrativas, o confronto entre o bem e o mal, a luz e a sombra, culmina em um momento em que os protagonistas são forçados a lidar com suas escolhas, e esse confronto com o "eu" é o que define se haverá um processo de regeneração

ou não. Em *Malévola*, a personagem passa por um ciclo de completa regeneração. Depois de ser traída e se afundar em sua própria dor e vingança, ela eventualmente encontra redenção ao reconhecer seu amor por Aurora e reconciliar-se com seu papel de protetora do reino. Sua regeneração está intimamente ligada ao perdão, tanto de si mesma quanto dos outros, permitindo-lhe resgatar sua essência de bondade e retomar seu lugar na comunidade.

Por outro lado, no caso do *Coringa*, a regeneração não é alcançada. Arthur Fleck, o protagonista, mergulha de forma irreversível na loucura, perdendo completamente o contato com qualquer traço de humanidade ou compaixão que poderia salvá-lo. Ao se afundar no caos, ele se torna incapaz de se regenerar, perpetuando sua destruição e condenando-se a uma existência marcada pelo caos e pela violência. Seu destino final é o de continuar em um ciclo de destruição, incapaz de encontrar uma saída para sua dor ou um propósito de vida além do caos que provoca.

No caso de *Cruella*, a regeneração ocorre de forma ambígua. Ela não abandona completamente seu lado sombrio, mas encontra um equilíbrio que a permite prosperar sem perder sua essência transgressora. Aceitando sua dualidade, Cruella se regenera ao abraçar sua verdadeira identidade, rejeitando as expectativas da sociedade e criando sua própria definição de sucesso e poder. Sua regeneração não se dá através de uma redenção convencional, mas sim por meio de uma autorrealização que incorpora tanto suas partes sombrias quanto suas qualidades criativas e visionárias.

Já em *Bebê Rena*, Donny Dunn luta incessantemente com o conceito de regeneração. Ao longo da história, ele se esforça para lidar com os traumas que o atormentam, particularmente sua relação com Martha, a stalker que afeta profundamente sua vida pessoal e profissional. Embora ele tente se libertar emocionalmente dos impactos dessa perseguição e do abuso que sofreu no passado, Donny nunca alcança uma verdadeira regeneração. O peso dos eventos continua a assombrá-lo, impedindo-o de se curar completamente e encontrar um novo caminho de paz. Assim, sua jornada permanece incompleta, deixando-o preso em um estado de angústia e luta constante, sem uma resolução clara para suas dores internas.

Dessa forma, a regeneração ou a falta dela molda o destino desses personagens, ressaltando a diversidade de trajetórias e a complexidade de suas transformações. Enquanto alguns encontram redenção e renovação, outros ficam presos em seus tormentos e são incapazes de superar os traumas que os afligem.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A análise de personagens nas narrativas fílmicas contemporâneas revela uma notável evolução do conceito tradicional de herói, especialmente quando se considera o papel do anti-herói e sua complexa trajetória. A investigação das obras de Joseph Campbell (2007) e Christopher Vogler (2006), combinada com a análise de personagens anti-heróicos, destaca uma transição significativa na compreensão da jornada e transformação dos protagonistas. Campbell (2007), em sua obra *O herói de mil faces*, apresenta um modelo arquetípico da jornada do herói, estruturado em três fases principais: separação, iniciação e retorno. Vogler (2003), ao adaptar essa estrutura para o roteiro cinematográfico em *A jornada do escritor*, enfatiza a aplicação desses elementos para criar narrativas cativantes e universais.

No entanto, o conceito de anti-herói adiciona uma camada de complexidade às narrativas tradicionais. Diferentemente do herói clássico, cuja trajetória é marcada pela superação e virtude, o anti-herói é o anti-herói é caracterizado por tudo aquilo que se contrapõe ao herói, desvelando uma figura marcada por profundas contradições e posicionamentos bastante questionáveis. Sua jornada não segue um caminho claro de redenção, mas é definida por sua complexidade e humanidade, desafiando as normas estabelecidas e refletindo a ambiguidade e os conflitos internos da condição humana. Exemplos contemporâneos de anti-heróis, como Malévola, Coringa, Cruella e Bebê Rena, demonstram como essas figuras, inicialmente vistas como vilãs, são reimaginadas com profundidade e variadas nuances.

A trajetória do anti-herói é marcada por nove atos distintos que configuram sua narrativa. Primeiramente, o anti-herói inicia sua história em um "lugar comum", uma posição de relativa estabilidade que logo será desafiada. Em seguida, ele é rejeitado ou enganado pela sociedade ou por uma força opressiva, gerando uma sensação de violação e injustiça. Este processo é seguido pela consumação da "sombra", segundo a qual o anti-herói enfrenta seus aspectos mais sombrios e complexos.

A quarta etapa é a busca por um novo caminho, frequentemente através da revolução ou da criação do caos, que leva o anti-herói a se tornar visível para a sociedade que anteriormente o renegava. A partir desse ponto, ele começa a se autoavaliar, confrontando suas próprias falhas e dilemas. A decisão entre sombra e luz representa um momento crucial, em que o anti-herói deve escolher entre a continuidade de sua decadência ou um caminho potencial de regeneração.

Finalmente, a conclusão da saga do anti-herói pode resultar em regeneração ou queda definitiva. A regeneração, quando ocorre, representa uma resolução ou transformação significativa. Contudo, nem todos os anti-heróis alcançam esse ponto, e alguns permanecem imersos no caos ou na figura vilanesca que inicialmente encarnaram.

Esses nove atos revelam uma estrutura narrativa que transcende o modelo tradicional de heroísmo, oferecendo uma visão mais rica e multifacetada dos personagens e de suas jornadas. As obras analisadas demonstram como o anti-herói responde ao maniqueísmo das histórias convencionais, oferecendo uma representação mais crua e realista da condição humana. O anti-herói não apenas reflete as falhas e ambiguidades do indivíduo, mas também possibilita a exploração de novas dimensões da narrativa e da identidade.

Em suma, a saga do anti-herói amplia o horizonte da narrativa heroica, desafiando o tradicionalismo e oferecendo uma visão mais complexa e reflexiva sobre a jornada humana. Através da análise dos nove atos e das características do anti-herói, é possível compreender melhor como essas figuras subvertem expectativas e provocam reflexões profundas sobre moralidade, justiça e identidade. Essa abordagem enriquece o campo da narrativa e oferece novas percepções sobre a natureza da transformação e da redenção em um mundo onde as fronteiras entre o bem e o mal são frequentemente borradas e confundidas.

REFERÊNCIAS

BEBÊ RENA. Direção: Weronika Tofilska, Josephine Bornebusch. Baseado em *Baby Reindeer*, de Richard Gadd. Produção: Matthew Mulot. Reino Unido: Netflix, 2024.

BECHARA, Evanildo. **Minidicionário da Língua Portuguesa**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2009.

CAMPBELL, Joseph. **O herói de mil faces**. São Paulo: Pensamento, 2007.

CRUELLA. Direção: Craig Gillespie. Produção: Andrew Gunn, Marc Platt, Kristin Burr. Roteiro: Dana Fox, Tony McNamara. EUA: Walt Disney Pictures, 2021

CORINGA. Direção: Todd Phillips. Produção: Todd Phillips, Bradley Cooper, Emma Tillinger Koskoff. Roteiro: Todd Phillips, Scott Silver. EUA: Warner Bros. Pictures, 2019.

MALÉVOLA. Direção: Robert Stromberg. Produção: Joe Roth. Roteiro: Linda Woolverton. EUA: Walt Disney Pictures, 2014. 1 DVD (97 min), son., color.

MOISÉS, Massaud. **Dicionário de Termos Literários**. 12. ed. rev. ampl. atual. São Paulo: Cultrix, 2013.

VOGLER, Christopher. **A jornada do escritor**: estruturas míticas para escritor. Trad. Ana Maria Machado. 2. ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2006

O(s) autor(es) é(são) responsável(is) pela fidedignidade dos dados apresentados.

NARRATIVAS DA DOPAMINA: AS ESTRATÉGIAS DA ATENÇÃO NAS REDES SOCIAIS

Vinícios Serrão[1]
Adriana Pierre Coca[2]

RESUMO

Tensionamos os conceitos de economia da dopamina, capitalismo límbico e psicopolítica, que sob distintas perspectivas analisam táticas de controle social que se valem da manipulação das emoções, abordando como as micronarrativas virais podem configurar práticas de consumo excessivo, sinalizando a necessidade de uma domesticação mútua, conforme propõe Siles (2024), com o objetivo de encontrar alternativas que possam mitigar os impactos dos ambientes de hiperestimulação como são as redes sociais.

Palavras-chave: Economia da dopamina; redes sociais; saúde mental; domesticação mútua.

DOPAMINE NARRATIVES: ATTENTION STRATEGIES ON SOCIAL NETWORKS

ABSTRACT

We tension the concepts of dopamine economy, limbic capitalism, and psychopolitics, which, from different perspectives, analyze social control tactics that rely on the manipulation of emotions. This discussion addresses how viral micronarratives can shape practices of excessive consumption, highlighting the need for mutual domestication, as proposed by Siles (2024), in order to find alternatives that can mitigate the impacts of hyperstimulating environments such as social media.

Keywords: Dopamine economy; social networks; mental health; mutual domestication.

INTRODUÇÃO

O capitalismo está constantemente aprimorando suas estratégias para capturar a atenção e gerar consumo. As novas tecnologias digitais de comunicação, informação e entretenimento estão sendo projetadas e, cada vez mais, aprimoradas para desempenhar esse papel. O elevado número de acessos em redes sociais, aplicativos de jogos, sites de apostas, entre outros, demonstra como essas plataformas são eficazes em atrair e manter nosso engajamento. No entanto, esse envolvimento é sustentado, na maioria das vezes, por satisfações momentâneas, que alimentam ciclos de consumo potencialmente viciantes e perigosos.

[1] Doutorando em Comunicação, PPGCOM/UFRGS, e-mail: heritonvinicios@live.com. Bolsista pela Fundação Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - CAPES.
[2] Doutora em Comunicação, PPGCOM/UFRGS, e-mail: pierrecoca@gmail.com. Bolsista de Pós-Doutorado do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico – CNPq.

A fragmentação da atenção é um sintoma crescente desse cenário, resultado de um sistema saturado de recompensas instantâneas, que frequentemente culmina em vícios, isolamentos, entre outras consequências prejudiciais para os indivíduos. Por exemplo, de acordo com o Instituto Conhecimento Liberta (ICL), em 2024, 25 milhões de brasileiros se envolveram com plataformas de apostas esportivas *online*, conhecidas como *bets*. Conforme relatado pela instituição, "Apostar já não é apenas diversão, e a falsa ilusão de lucro fácil está levando cada vez mais gente ao endividamento e, em casos extremos, até à destruição pessoal".[3] Essas plataformas, utilizam mecanismos neuroquímicos, como a liberação de dopamina, para garantir o engajamento constante dos usuários. Muitas vezes prometem a recompensa antes mesmo do jogo, incentivando o registro na plataforma. Quando o dinheiro é investido, há truques de punição e recompensa que ativam a adrenalina e a dopamina, alimentando novos ciclos de consumo, tal qual a dinâmica presente em outros jogos de aposta.

No caso das redes sociais, a dinâmica é semelhante. Além de uma gama de recursos de entretenimento e interação, há os microvídeos (cada vez mais curtos) que são projetados estrategicamente para gerar rápidas excitações cerebrais, incentivando o consumo contínuo.[4] Esses produtos audiovisuais, presentes em redes sociais como o *Instagram*, *TikTok*, *Kwai*, *YouTube*, entre outras, se fortalecem ao criar experiências que provocam respostas emocionais intensas, reforçando e perpetuando padrões de consumo e, até, incentivando suas reproduções (Estapé, 2024).

Com base nessas premissas, este artigo tensiona as noções teóricas de "economia da dopamina proposta por Lembke (2022), capitalismo límbico de Courtwright (2019) e psicopolítica de Han (2019), conceitos que, de modo geral, examinam como o capitalismo contemporâneo manipula o sistema de recompensas cerebrais/emocionais para estimular comportamentos de consumo. Trazemos alguns exemplos lançando olhar sobre os vídeos curtos que dominam as redes sociais e que, na nossa perspectiva, podem ser os principais responsáveis pelo elevado nível de engajamento e popularidade que as essas plataformas alcançam na atualidade. Por fim, discutiremos como a saúde mental pode ser afetada por essas dinâmicas (Escapé, 2024), mas, norteados pela proposta de "domesticação mútua" de

[3] **Bets: o lado sombrio das apostas esportivas no Brasil**. Instituto Conhecimento Liberta – ICL. 13/09/2024, 16h18. Disponível em: https://iclnoticias.com.br/atg/bets/. Acesso em 30/08/2024.
[4] Os microvídeos das redes sociais também são chamados de *Drops*, termo que vem do inglês e carrega o significado de gotas ou pingos, sugerindo algo pequeno e condensado.

Siles (2024), analisaremos a possibilidade de haver uma interação dinâmica entre usuários e tecnologias que permita mitigar os efeitos negativos dessa relação simbiótica, perspectiva que se sintoniza com Santaella (2021, p.84), que critica as percepções inadvertidamente conservadoras sobre o poder das tecnologias.

Imersos nas dinâmicas de consumo digital, temos observado, em nós mesmos e ao nosso redor, os profundos impactos que essas plataformas exercem sobre nossos corpos e mentes, com destaque para os efeitos negativos. A escolha dos autores que fundamentam esta reflexão foi fruto de uma pesquisa exploratória, orientada pela necessidade de identificar obras recentes que ajudassem a compreender melhor essa problemática. Essa metodologia orientou a construção teórica, que foi complementada por exemplos de micronarrativas observadas nas redes sociais *Instagram* e *TikTok*, selecionadas com base nas recomendações fornecidas pelos algoritmos dessas plataformas.

Assim, o artigo está dividido em três partes, além da presente introdução e das considerações finais. Em um primeiro momento, serão expostas as noções teóricas de economia da dopamina (Lembke, 2022), capitalismo límbico (Courtwright, 2019) e psicopolítica (Han, 2019). Depois entrelaçaremos a discussão com as redes sociais apoiados por Escapé (2024) e, em seguida, a reflexão problematiza a questão da saúde mental e a proposta de domesticação mútua (Siles, 2024), assim como sinaliza os apontamentos de Santaella (2021), que contrariam a ideia de uma total passividade dos usuários frente aos algoritmos.

A ECONOMIA DA DOPAMINA, O CAPITALISMO LÍMBICO E A PSICOPOLÍTICA

A economia da dopamina é um conceito desenvolvido por Anna Lembke (2022), psiquiatra e professora na Universidade de Stanford, que descreve como a dopamina - um neurotransmissor associado ao prazer, recompensa e motivação - está sendo sistematicamente explorada na sociedade moderna, especialmente por meio das tecnologias digitais de comunicação, informação e entretenimento. Segundo Lembke, esses produtos são projetados para gerar compulsões, impactando de maneira significativa a vida de usuários, em suas palavras: “A dopamina pode desempenhar uma função maior na motivação para se conseguir uma gratificação do que o prazer da própria gratificação” (2022, p. 63).

No ambiente digital, essa exploração da dopamina se manifesta por meio de algoritmos sofisticados que maximizam o engajamento dos usuários. Cada notificação, visualização e/ou interação desencadeia uma liberação de dopamina, criando um ciclo de recompensa que mantém os usuários apegados a essas plataformas. O efeito é cumulativo e preocupante, pois as experiências de prazer imediato tornam-se cada vez mais necessárias para alcançar o mesmo nível de satisfação, levando a um aumento da compulsão pelo consumo de conteúdo digital. Essa dinâmica não apenas afeta o comportamento dos indivíduos, mas também molda suas relações sociais, pois as interações humanas muitas vezes são substituídas ou mediadas pelo digital.

Além disso, o estímulo recorrente de dopamina gera implicações diretas na saúde mental dos usuários. O excesso de exposição a estímulos digitais pode resultar em problemas como sedentarismo, ansiedade, depressão e dificuldades de concentração. Os indivíduos podem se tornar dependentes dessas gratificações instantâneas, negligenciando atividades que oferecem prazer de forma mais sustentada e saudável.

Lembke (2022) adverte que essa exposição contínua a estímulos emocionais pode levar ao desenvolvimento de vícios difíceis de superar, especialmente em pessoas com problemas de saúde mental. Por exemplo, indivíduos com depressão, ansiedade e TDAH, que geralmente apresentam deficiência na produção de dopamina (assim como outros neurotransmissores), tendem a buscar esse estímulo por meio de outras fontes. As redes sociais, por serem gratuitas e acessíveis, têm um papel central nesse processo (como aprofundaremos na próxima seção).

Sobre a busca por prazeres momentâneos, Lembke (2022, p. 83) declara:

> Mas aqui está o problema. Os seres humanos, buscadores por excelência, reagiram bem demais ao desafio da busca do prazer e da evasiva da dor. O resultado é que transformamos o mundo de um lugar de escassez em um lugar de abundância excessiva. Nossos cérebros não evoluíram para esse mundo de fartura. Como disse o Dr. Tom Finucane, que estuda diabetes no contexto da alimentação sedentária crônica, “somos cactos em uma floresta tropical”. E como cactos adaptados a um clima árido, estamos nos afogando em dopamina.

O trecho destacado de Lembke (2022) aborda um dos paradoxos centrais da condição humana na era contemporânea: a evolução nos preparou para sobreviver em um mundo de escassez, mas nos encontramos hoje em um ambiente de abundância excessiva, especialmente no que diz respeito a estímulos prazerosos. A analogia com cactos em uma

floresta tropical ilustra como nossos cérebros, projetados para buscar prazer e evitar dor em um ambiente de recursos limitados, não estão preparados para lidar com a superabundância de estímulos que caracterizam o mundo moderno, particularmente no contexto digital, mas também no mercado de substâncias lícitas e ilícitas (a saber, açúcar, chocolate, ultraprocessados, álcool, maconha, LSD, opioides de categoria farmacêutica etc.).

A comparação com cactos, plantas que prosperam em condições áridas, sugere que, assim como essas plantas não estão adaptadas a um ambiente de constante umidade, nossos cérebros não estão preparados para lidar com o excesso de dopamina induzido pelo alto consumo. Essa "inundação" de prazeres momentâneos e imediatos pode levar a uma série de problemas, incluindo vícios, ansiedade e outras questões de saúde mental. Lembke (2022) nos faz refletir sobre as consequências de uma sociedade que em sua busca incessante por prazer e conforto, pode estar prejudicando sua própria capacidade de bem-estar a longo prazo.

David Courtwright em seu livro A era do vício: Como os maus hábitos se tornaram um grande negócio (2019) prefere chamar esse fenômeno de capitalismo límbico, pois se detém na exploração do sistema límbico, que é uma parte fundamental do cérebro humano, envolvida no processamento de emoções, comportamentos, motivação, memória e no controle de diversas funções fisiológicas. Tal camada cerebral desempenha um papel central na regulação de nossas respostas emocionais e na formação de memórias de longo prazo. O sistema límbico também influencia diretamente a forma como respondemos a estímulos do ambiente, principalmente em situações que envolvem recompensa, prazer ou ameaça.

Courtwright (2019) se sintoniza com Lembke (2022) ao descrever como o sistema capitalista moderno explora deliberadamente as vulnerabilidades do sistema límbico para maximizar o consumo. Produtos e serviços são projetados para gerar respostas emocionais intensas, ativando o circuito de recompensas do cérebro de forma mais eficaz. Isso cria uma demanda excessiva e insaciável, levando os consumidores a buscar gratificações contínuas, mesmo quando essas ações resultam em danos à saúde, ao bem-estar ou às finanças pessoais.

As implicações para a saúde mental podem ser profundas. Ao reforçar padrões de comportamento baseados em recompensas instantâneas, o capitalismo límbico contribui para o aumento de transtornos psicológicos. A exposição prolongada a esses estímulos pode gerar dependência psicológica, em que os indivíduos perdem a capacidade de regular seu

comportamento de maneira saudável. Esse ambiente de hiperestimulação constante torna difícil para os usuários estabelecerem limites, resultando em exaustão mental, dificuldades de concentração e um declínio geral no bem-estar emocional.

Assim, as emoções, antes vistas como experiências exclusivamente pessoais, transformaram-se em ferramentas essenciais para a produtividade no contexto atual. Elas passaram a desempenhar um papel central nas dinâmicas de oferta e consumo. No capitalismo contemporâneo, o sistema límbico é cada vez mais explorado com o objetivo de transformar emoções em elementos performativos que impulsionem ações, especialmente aquelas que incentivam o consumo contínuo.

Sobre isso, Byung-Chul Han (2019, p. 26) adverte:

> Ineficiente é todo poder disciplinar que, com grande esforço, aperta violentamente as pessoas com um espartilho de ordens e proibições. Muito mais eficiente é a técnica de poder que faz com que as pessoas se submetam ao contexto de dominação por si mesmas. Essa técnica busca ativar, motivar e otimizar, não obstruir ou oprimir. A particularidade da sua eficiência está no fato de que não age através da proibição e da suspensão, mas através do agrado e da satisfação. Em vez de tornar as pessoas obedientes, tenta deixá-las dependentes.

Han (2019) descreve uma transformação fundamental no modo como o poder opera na sociedade contemporânea. Em vez de repressão e disciplina, proibições e imposições de ordens, Han argumenta que o neoliberalismo emprega um poder muito mais sutil e eficiente: aquele que incentiva a auto-submissão. Nesse novo regime, as pessoas não são forçadas a obedecer, mas voluntariamente se ajustam aos padrões de dominação. Essa técnica explora o desejo humano por realização e gratificação, promovendo a ilusão de liberdade enquanto as pessoas, na realidade, se tornam cada vez mais dependentes desse sistema.

O neoliberalismo, segundo Han (2019), é mais eficiente porque opera por meio do prazer e da satisfação. Ele transforma o indivíduo em um agente ativo de sua própria submissão, incentivando o autoaperfeiçoamento e a produtividade. Além disso, a promessa de realização pessoal, otimização contínua e sucesso motiva o indivíduo a trabalhar mais e se adaptar aos parâmetros estabelecidos, sem questionar a estrutura que o domina. Ao buscar o agrado e a satisfação, ele não percebe que está, na verdade, se submetendo a um contexto de dominação.

Han (2019) também destaca que, ao invés de criar obediência explícita, o neoliberalismo cria dependência. As pessoas são induzidas a buscar constantemente as

recompensas que o sistema oferece — seja na forma de reconhecimento, sucesso econômico ou prazer imediato — e, assim, tornam-se prisioneiras desse ciclo de gratificação. A produtividade, o consumo e a performance pessoal se tornam os novos imperativos, e a liberdade aparente do indivíduo se revela como uma forma de servidão voluntária. Nesse sentido, a psicopolítica neoliberal molda subjetividades que, ao tentar otimizar a si mesmas, acabam reforçando e perpetuando o sistema que as explora.

NARRATIVAS DA DOPAMINA NAS REDES SOCIAIS

Os brasileiros estão entre os maiores consumidores de redes sociais no mundo, ocupando o segundo lugar no ranking global, com uma média diária de 9 horas e 13 minutos de uso, ficando atrás apenas da África do Sul.[5] Somente o *Instagram*, segundo a pesquisa Panorama *Mobile Time*/*Opinion Box*, conta com cerca de 134,6 milhões de usuários no país, que dedicam pelo menos 36% do tempo que passam em seus celulares diariamente à plataforma.[6] Grande parte desse tempo é consumido assistindo a vídeos de entretenimento, criados por empresas, celebridades, influenciadores ou usuários comuns, com o objetivo de atrair atenção e gerar interação.

A busca por engajamento nas redes sociais funciona de maneira semelhante ao modelo AIDAS, utilizado por profissionais de marketing, que descreve as quatro etapas do ciclo de marketing: Atenção (captar o interesse do público), Interesse (despertar curiosidade pelo produto ou serviço), Desejo (gerar vontade de compra) e Ação (levar à conversão, como uma compra ou interação desejada). Esse modelo também orienta a criação de estratégias de comunicação eficazes para atrair e engajar consumidores nas redes sociais,

> pretendem chamar a "atenção", provocar o "interesse", despertar o "desejo", estimular a "ação" e geram "satisfação", engajamento. Para o comércio, o último A da sigla significa a ação de comprar um produto ou serviço. Para os usuários das redes sociais significa a ação de: seguir, curtir, compartilhar, salvar e/ou comentar o conteúdo postado. A diferença é que, na maioria das vezes, essa moeda de troca não tem valor econômico, somente simbólico - visual. (Silva, 2021, p. 101).

[5] **O panorama mundial do digital em 2024: 5 bilhões de usuários de mídia social** - WeAreSocial e MeltWater [Resumo e Relatório Completo]. 15 de fev. de 2024. Disponível em: https://encurtador.com.br/MxWno. Acesso em: 25/06/2024.

[6] **10 redes sociais mais usadas entre os brasileiros: confira o ranking atualizado!** 01 de agosto de 2024. Site Mlabs. Disponível em: https://www.mlabs.com.br/blog/redes-sociais-mais-usadas. Acesso em: 28/09/2024.

Nessa via, é possível entender como as plataformas digitais, especialmente as redes sociais, criam estratégias de engajamento. Redes como *Instagram*, *TikTok*, *YouTube*, *Kwai*, entre outras, são projetadas para prender a atenção dos usuários, explorando a dopamina liberada a cada nova notificação, visualização ou interação. A rolagem infinita da tela, aliada aos vídeos curtos esteticamente arrojados, criam um fluxo constante de recompensas imediatas, geram ciclos de visualização que distraem a mente e provocam a sensação de bem-estar momentâneo. A combinação de engenharia social e algoritmos avançados cria um ambiente que, assim como no caso de substâncias viciantes, é difícil se desprender.

Além disso, os microvídeos das redes sociais são planejados dentro da lógica do "design emocional",[7] uma estratégia de mercado que visa maximizar o consumo ou moldar as experiências. Em vez de consumirmos objetos, consumimos emoções, e essas emoções são, na maioria das vezes, encharcadas de excitações cerebrais. Nesse contexto, o design emocional explora não apenas o aspecto estético dos conteúdos expostos, mas a forma como afetam diretamente o estado emocional dos usuários. Ao oferecer experiências visuais, sonoras e interativas cuidadosamente arquitetadas para provocar prazer ou excitação, as plataformas conseguem gerar uma resposta neuroquímica imediata nos usuários. O objetivo é claro: maximizar o engajamento ao promover uma experiência emocionalmente carregada e dificilmente interrompida. Isso tem profundas implicações sobre como nos relacionamos com a tecnologia, com o tempo e até com nossa própria percepção de felicidade e satisfação.

O desenvolvimento das micro-histórias é dinâmico e acelerado, com mudanças frequentes de cenas, cortes rápidos, e transições que evitam que o espectador perca o interesse. Isso mantém a dopamina fluindo à medida que o cérebro processa novos estímulos continuamente. Mesmo em um vídeo curto, há um pequeno clímax ou ponto de destaque que proporciona uma recompensa rápida, seja um momento engraçado, uma revelação inesperada ou um efeito visual impressionante. Esse clímax é seguido de uma resolução que conclui a ideia apresentada, completando o ciclo de recompensa (Escapé, 2024).

Por exemplo, no *Instagram* encontramos perfis como o @5.min.crafts[8]. É uma conta que produz vídeos (de meio minuto a dois minutos e meio) do tipo "faça você mesmo". Mostram o passo a passo da construção de utensílios, comida, reciclagem, artesanatos e

[7] Design Emocional: Como evocar emoções positivas nos usuários. Blog Hotmart, 20/12/2022. Disponível em: https://hotmart.com/pt-br/blog/design-emocional. Acesso em: 30/09/2024.
[8] Disponível em: https://www.instagram.com/5.min.crafts/. Acesso em: 29/09/2024.

várias outros objetos que costumam prender a atenção. É eufórico acompanhar o passo a passo que transforma ideias em objetos práticos que nós mesmos podemos fazer (a sensação é como apontar uma "varinha mágica" para alguns pedaços de madeira, transformando-os em uma mesa e, no final, desfrutando aquela boa sensação de serviço realizado).

@5.min.crafts edita seus vídeos por meio do *Reels* do *Instagram*. Esse recurso permite a criação, edição e o compartilhamento de vídeos em formato vertical, com duração que varia de 15 segundos a 15 minutos. No entanto, a maior parte das produções audiovisuais criada nesse formato dura entre 15 e 90 segundos, com o objetivo de evitar dispersões e manter a atenção dos usuários, como vemos no perfil supracitado. Quando o indivíduo clica e assiste um *Reels*, automaticamente um novo é exibido, de forma a manter o usuário envolvido. Para ilustrar melhor, apresentamos abaixo três vídeos que observamos ocasionalmente nas redes sociais *Instagram* e *TikTok,* sugeridos por algoritmos de recomendação.

O primeiro vídeo foi assistido no @airesearchs da plataforma *Instagram*. É um perfil novo, criado em janeiro de 2024, que tem como objetivo divulgar avanços da Inteligência Artificial (IA) por meio de banners ilustrativos e microvídeos. Entre os *Reels* compartilhados pelo @airesearchs, há diversas produções audiovisuais curtas feitas com o uso de IA. O microvídeo que escolhemos desperta especialmente a atenção devido aos seus traços discrepantes. A produção começa mostrando uma ginasta olímpica realizando manobras impossíveis, distorcendo o corpo e, em seguida, transformando-se em um cogumelo gigante que gira ao som de uma música acelerada.[9] Quando assistimos, nossa atenção foi mantida do início ao fim, despertando a curiosidade sobre como aquilo iria terminar.

Vídeos como esse estão sendo compartilhados em vários perfis e em diversas redes sociais. Essas edições, feitas com o uso de IA, permitem que o usuário faça o *upload* de vídeos comuns e, por meio de comandos, os algoritmos transformem personagens, objetos e cenários de forma surpreendente, criando situações impossíveis no mundo real[10]. Um caso semelhante está no segundo vídeo que observamos. Trata-se de outro *Reels,* compartilhado pelo perfil @fazamaotatoo, no qual duas senhoras se transformam em onças, depois em

[9] Disponível em: https://www.instagram.com/p/C-7wiaDqGTR/. Acesso em: 26/09/2024.

[10] Diponível em: https://www.techtudo.com.br/listas/2024/01/inteligencia-artificial-para-criar-videos-veja-6-opcoes-gratuitas-edsoftwares.ghtml. Acesso em: 22/09/2024.

girafas e, em seguida, em macacos voadores, desaparecendo entre os galhos de uma árvore[11]. Todas essas variações nos deixaram curiosos e compenetrados.

O último microvídeo observado foi publicado na rede social *TikTok* pelo perfil @randomcortezz[12]. Nele, dois casais heterossexuais trocam repetidamente de lugar em torno de uma mesa retangular em um restaurante. Eles fazem isso pelo menos quatro vezes por motivos triviais, gerando uma situação engraçada. O humor da narrativa por si só já capta a atenção do espectador, mas há outro elemento intrigante: o vídeo, no formato vertical, é exibido ao lado de outro vídeo em que uma pessoa está desenhando traços e pontos em um objeto rotativo. Mesmo com as duas produções sendo reproduzidas simultaneamente na tela dividida, nossa atenção consegue abranger ambos os produtos, evidenciando a eficácia dessa combinação de estímulos visuais. A estrutura multimídia com duas atividades distintas acontecendo ao mesmo tempo parece reforçar a hiperestimulação típica das plataformas digitais, mantendo o espectador engajado por meio da sobrecarga sensorial.

O experimento que tivemos ao assistir esse último vídeo é equivalente àquele descrito pela jornalista Giovana Madalosso da Folha de São Paulo, em sua matéria intitulada 'Estamos viciados em narrativas curtas'[13]:

> Esses dias minha filha assistia a um tutorial de maquiagem na parte de cima da tela, enquanto, na parte de baixo, um homem fazia a demonstração de um aspirador que prometia acabar com ácaros. “E esse cara limpando o tapete?”, lhe perguntei. “O que é que tem?”, me devolveu de ombros, como se aturar dois vídeos ao mesmo tempo fosse a coisa mais natural do mundo.

Na matéria, Madalosso destaca que a prática de sobreposição de conteúdo, pode ser mais uma alternativa de roubar, a todo custo, a atenção dos indivíduos. Assim, acreditamos que os produtores desses microvídeos já devem ter algum conhecimento sobre a eficácia dessas táticas de hiperestímulo para a captura da atenção. No entanto, assim como reflete a jornalista em seu artigo, essas estratégias podem ter consequências negativas para quem os

[11] Disponível em: https://www.instagram.com/p/C_YTBONuzQ4/. Acesso em: 02/10/2024.
[12] Disponível em: https://www.tiktok.com/@randomcortezz/video/7400097508904553734?is. Acesso em: 09/10/2024.
[13] Estamos viciados em narrativas curtas. Giovanna Madalosso, Folha de São Paulo Online. 06 de outubro de 2024. Disponível em: https://www1.folha.uol.com.br/colunas/giovana-maladosso/2024/10/estamos-viciados-em-narrativas-curtas.shtml. Acesso em: 09/10/2024.

assiste, gerando impactos prejudiciais tanto para a saúde mental quanto para as relações interpessoais.

Como parecem sinalizar os exemplos mencionados, os algoritmos de recomendação das redes desempenham um papel crucial no ciclo de consumo. Projetados para maximizar o tempo de uso e o engajamento, identificam padrões de comportamento e sugerem conteúdos que possam despertar o interesse do usuário, ou seja, coletam os rastros deixados por ele, como informações sobre seus interesses, e reúnem vídeos que correspondem a essas preferências, gerando satisfação imediata e incentivando o uso contínuo. Isso pode criar um ciclo vicioso, no qual o indivíduo é constantemente exposto a conteúdos que alimentam seus gostos, dificultando ainda mais o distanciamento dessas plataformas e intensificando os efeitos negativos, especialmente em pessoas que tenham ou sejam predispostas a problemas de saúde mental.

Nesse contexto, a neurocientista e psiquiatra Marian Rojas Estapé (2024) afirma:

> Os algoritmos são projetados para cobrir seus interesses e pontos fracos. O conteúdo é totalmente personalizado (eles sabem mais sobre você e seus gostos do que você!). O algoritmo das redes personaliza exatamente o que você deseja: esportes, culinária, maquiagem, dança, moda, vídeos motivacionais..., e faz com que seu cérebro encontre vídeos que combinem com você e assista-os sem parar. É gerado um reforço intermitente, um sistema de recompensa variável ("Não se preocupe se não gostar disso, em milésimos de segundo você encontrará outro conteúdo que libera a dopamina que você precisa. Você está prestes a encontrá-lo, não me solte."). Sempre há algo novo que pode lhe interessar. (Estapé, 2024, p. 90, tradução nossa).

Conforme Estapé (2024), os algoritmos das redes sociais são desenvolvidos para impedir pausas entre um conteúdo e outro, porque são projetados de modo a substituir a capacidade de tomar decisões, inibindo o funcionamento do córtex pré-frontal, o que impede que o indivíduo questione sobre fazer outras atividades, como ler, trabalhar, estudar ou praticar esportes. Estapé (2024, p. 90, tradução nossa) adverte: "o possível inimigo que poderia aparecer seria o tédio, mas o próprio algoritmo garante que o conteúdo seja sempre interessante pra você, antes mesmo de terminar de assistir ao vídeo anterior".

Estapé (2024) reitera que esses aplicativos modificam o funcionamento do sistema de recompensas ao oferecerem gratificações imediatas. A médica observa que as pessoas frequentemente recorrem a essas plataformas em momentos de estresse, frustração, angústia, solidão e preocupações. O problema é que isso enfraquece a capacidade da mente de lidar com essas situações. Essa dinâmica impede que enfrentemos desafios que

demandam tempo e esforço, enfraquecendo a perseverança e restringindo o pleno funcionamento das capacidades cerebrais.

Assim, ao estarmos constantemente expostos a essa sobrecarga emocional, há também um desgaste do sistema neurológico, o que pode gerar insensibilidade a prazeres cotidianos e um aumento na busca por estímulos mais "artificiais". Isso reforça a ideia de que, assim como em outros vícios, há uma diminuição gradual da satisfação obtida, ao passo que a necessidade de estímulos cresce. O resultado nocivo dessa relação é uma interação contínua de dependência, impactando diretamente o bem-estar e a saúde mental das pessoas.

Já se discute amplamente como as tecnologias, especialmente as plataformas digitais, podem contribuir para o surgimento ou agravamento de problemas de saúde mental, como autismo, fobia social, depressão e ansiedade[14]. A exposição frequente a conteúdos selecionados por algoritmos projetados para maximizar o engajamento pode criar um ambiente virtual que amplia sentimentos de inadequação, solidão e estresse. Além disso, a constante comparação com imagens idealizadas nas redes sociais e a pressão para manter uma presença *online* ativa podem sim contribuir para o aumento da ansiedade e da baixa autoestima.

A SAÚDE MENTAL E O IMPERATIVO DA DOMESTICAÇÃO MÚTUA

De acordo com o jornal *El País*, o vício em redes sociais aumentou significativamente a partir da pandemia de Covid-19, devido ao isolamento social imposto pela doença[15]. No entanto, mesmo após o fim da emergência de saúde, as populações mantiveram o hábito da alta exposição às redes. Esse comportamento reflete mudanças profundas em diversos setores, como a educação e a economia. No campo educacional, o ensino à distância se consolidou por meio de plataformas digitais, enquanto no setor econômico, o trabalho remoto ou híbrido tornou-se uma prática comum. Além disso, houve o surgimento e a popularização de novos aplicativos de entretenimento, que reforçaram ainda mais a dependência da internet. Essas transformações sinalizam uma adaptação contínua das

[14] **Saúde mental na era digital.** Disponível em: https://encurtador.com.br/upsXA. Acesso em: 29/09/2024.
[15] **Vício em redes sociais dispara na pandemia, mas há como recuperar o controle e se desintoxicar**. Disponível em: https://brasil.elpais.com/estilo/2020-10-12/vicio-em-redes-sociais-dispara-na-pandemia-cinco-jeitos-de-recuperar-o-controle-e-se-desintoxicar.html. Acesso em: 30/09/2024.

sociedades ao ambiente digital, trazendo tanto benefícios quanto desafios para o equilíbrio entre o tempo *online* e a vida cotidiana afora.

Além do disparo no uso de redes sociais e outras plataformas digitais durante e depois da pandemia da Covid 19, há também um acentuado crescimento de diagnósticos de problemas de saúde mental no Brasil e no mundo. De acordo com a Organização mundial da Saúde (OMS), nosso país é o líder mundial em prevalência de transtornos de ansiedade e de depressão. Só no tocante à ansiedade, 26% dos brasileiros têm o diagnóstico[16]. Além disso, conforme o Ministério da Saúde (2022), há a estimativa de que 7,6% das crianças e adolescentes brasileiros, com idade entre 6 e 17 anos, têm o diagnóstico de Transtorno do Déficit de Atenção com Hiperatividade (TDAH).[17] Diante desses números, podemos intuir que aproximadamente 30% da população do Brasil deve ter pelo menos um desses transtornos. Mas qual a problemática que se constrói a partir disso, no tocante ao uso das redes sociais?

Lembke (2022), afirma que "pessoas com transtornos psiquiátricos são mais vulneráveis à dependência" (Ibid., p. 81). Isto é, pessoa com transtornos psíquicos como depressão, ansiedade e TDAH, têm mais possibilidade de abusarem do uso de tecnologias[18]. A autora reitera: "a própria tecnologia é adictiva, com suas luzes pulsantes, seu estardalhaço musical, seu conteúdo ilimitado e a promessa, com uma participação contínua, de recompensas cada vez maiores" (Ibid., p. 16).

Essas preocupações ressaltam a importância de desenvolver estratégias de conscientização social e regulação das mídias para mitigar os efeitos negativos das tecnologias na saúde mental a longo prazo. O desafio é, portanto, encontrar um equilíbrio entre o uso das tecnologias digitais e o cuidado com a saúde mental, promovendo uma relação mais saudável e consciente com essas plataformas.

Embora os efeitos negativos da má utilização das redes sociais sejam significativos, especialmente, para grupos mais vulneráveis como jovens e indivíduos com predisposições psicológicas, é possível gerir o consumo e aproveitar os benefícios que as tecnologias nos

---

[16] **Mais de 26% dos brasileiros têm diagnóstico de ansiedade.** Disponível em: Mais de 26% dos brasileiros têm diagnóstico de ansiedade, diz estudo | CNN Brasil. Acesso em: 28/08/2024.

[17] Brasil, Governo Federal. **Protocolo Clínico e Diretrizes Terapêuticas para o Transtorno do Déficit de Atenção com Hiperatividade (TDAH)**. Disponível em: https://www.gov.br/conitec/pt-br/midias/consultas/relatorios/2022/20220311_relatorio_cp_03_pcdt_tdah.pdf. Acesso em: 28/09/2024.

[18] Mas não só isso, como pornografia, açúcar, drogas, jogos de azar etc. Vale salientar que atualmente o Brasil é o país que mais gasta com jogos de azar. Estudos realizados recentemente apontam que os brasileiros perdem R$ 24 bilhões em apostas *online* por ano. Disponível em: Brasileiros perdem R$ 24 bilhões em apostas online por ano, projeta Itaú | Blogs | CNN Brasil. Acesso em: 30/09/2024.

condicionam, como argumenta Santaella (2021) em Humanos hiper-híbridos: linguagens e cultura na segunda era da Internet. A autora endossa que a interação entre humanos e tecnologias digitais provoca transformações profundas na cognição e na cultura e refletem o desenvolvimento humano e, com isso, também podem moldam as práticas comunicativas e ampliar as capacidades humanas. Nessa relação híbrida, em que o ser humano integra e se adapta às tecnologias há um processo contínuo de interação no qual os usuários podem aprender a navegar com autonomia e de forma saudável. Santaella (2021) adverte que "contra os perigos de mera demonização apressada e apocalíptica", tema já discutido por ela em outros estudos (Santaella, 2018; 2020),

> é preciso considerar a existência de pesquisas confiáveis que chegaram a conclusões relativizadas, ao revelar que muitos consumidores podem também usar os filtros para expandir seu gosto, por exemplo, por músicas, arte, poesia ou livros. [...] Muito depende, portanto, da aprendizagem do usuário quanto aos prejuízos que advêm e os benefícios que pode obter. Isso pode ser conquistado pelo esforço consciente de avaliar a que tipo de informação está se expondo e de pensar criticamente se há engajamento em um campo ampliado de conteúdos. (Santaella, 2021, p. 84).

Em vez de se concentrar apenas nas negatividades trazidas pelos algoritmos, a pesquisadora defende que devemos valorizar as oportunidades trazidas pelas tecnologias, como a ampliação dos horizontes culturais. Desde que haja uma educação crítica dos indivíduos, que depende do esforço consciente em avaliar a qualidade e a natureza das informações consumidas. Para isso, Santaella (2021, p. 84) reitera:

> (...) que parece ser necessário é compreender que estamos diante de uma transformação profunda nos modos como as informações são produzidas, recebidas e reproduzidas. Sem isso, pode-se cair em visões catastrofistas que, muitas vezes, advêm de uma percepção inadvertidamente conservadora preenchida de expectativas de que a informação se comporte exatamente de acordo com seus modos de produção pré-internet.

Assim, a postura ativa e reflexiva dos usuários de tecnologias contraria a ideia de uma total passividade frente aos algoritmos. Essa perspectiva se alinha à noção de "domesticação mútua" (2024) apresentada por Ignácio Siles, professor e pesquisador que estuda a interseção entre cultura e tecnologia. Siles (2024), compreende que ao mesmo tempo em que as tecnologias moldam os comportamentos e hábitos dos usuários, estes também adaptam as tecnologias às suas necessidades e contextos sociais. Para ele, esse processo é

dinâmico e contínuo, com ambas as partes — tecnologia e usuário — em constante transformação.

Siles (2024) afirma que cultura e a tecnologia se influenciam mutuamente, gerando um processo de domesticação mútua entre pessoas e algoritmos. Segundo ele, o conceito tem sido discutido por diversas tradições de pesquisa, que ora enfatizam o poder dos algoritmos, ora ressaltam a agência humana, apontando que o poder dos algoritmos não reside apenas neles mesmos, mas nos sistemas sociais e culturais dos quais fazem parte e que eles também ajudam a moldar.

Siles (2024) salienta que para alguns pesquisadores (como para Lembke, Courtwright, Han e Escapé), os descomedimentos do sistema capitalista se naturalizam no cotidiano, tornando-se quase invisíveis e, muitas vezes, fora do alcance da intervenção pública e do controle direto dos usuários. Desse modo, as tecnologias algorítmicas são entendidas como infraestruturas complexas que reforçam e ampliam desigualdades sociais já existentes.

Entretanto, para outras pesquisas, ressalta Siles (2024), apesar da influência dos algoritmos, os indivíduos ainda mantêm uma capacidade significativa de agir e de moldar o uso dessas tecnologias. As discussões sobre a agência humana se concentram em entender como as pessoas percebem, interagem e, por vezes, resistem ao controle algorítmico. Mesmo sem compreender completamente o funcionamento técnico deles, os usuários conseguem integrá-los em suas rotinas diárias. Essa linha de investigação sugere que o poder dos algoritmos não é fixo, mas constantemente renegociado e reconfigurado pelas práticas cotidianas.

O conceito de domesticação mútua, conforme proposto por Siles (2024), oferece uma abordagem mais dinâmica para compreender a interação entre as novas tecnologias. Em vez de ver poder e agência como forças opostas, essa perspectiva indica que ambos os processos — resistência e submissão — ocorrem simultaneamente e de maneira interconectada. Isso permite explorar como o poder algorítmico e a agência humana se desenvolvem em contextos específicos. Siles (2024) afirma que a noção de domesticação mútua não deve ser vista como algo estático, mas sim como um processo contínuo de negociação e transformação. Essa visão abre espaço para novas investigações que considerem como essas dinâmicas se manifestam em diferentes contextos e populações.

Dessa forma, Siles nos ajuda a entender que, apesar das forças significativas que tendem a subjugar as pessoas a um estado de servidão e controle diante das tecnologias

digitais, existem alternativas para os seres humanos gerirem com mais autoridade a presença delas em suas vidas. O conceito de domesticação mútua ao sugerir que o poder algorítmico e a agência humana estão em constante negociação, indica que as pessoas podem e devem desenvolver uma consciência crítica sobre o impacto das mídias digitais e adotar estratégias para equilibrar seu uso. Assim sendo, não é uma questão de eliminar por completo o consumo de microvídeos, streaming, jogos etc., mas de aprender a administrá-los de forma mais saudável.

A capacidade de autogestão se torna central nesse debate. O ser humano tem a possibilidade de regular o tempo que dedica a essas plataformas e, sobretudo, de cultivar uma postura crítica em relação ao conteúdo consumido. Isso envolve o reconhecimento dos mecanismos de hiperestímulo que buscam capturar a atenção e manipular o sistema de recompensas, como discutido por Lembke (2022), Courtwright (2019) e Han (2019). A consciência desse processo pode levar a uma mudança gradual de comportamento, na qual as pessoas passem a questionar o uso excessivo dessas plataformas e busquem alternativas mais equilibradas.

Para lidar com esse desafio, um passo fundamental é observar e refletir sobre o próprio uso das redes sociais e demais tecnologias digitais. Ao compreender os padrões de comportamento e identificar momentos em que o uso se torna excessivo ou prejudicial, tornando possível buscar maneiras de reduzir a dependência, se necessário. Técnicas como a limitação do tempo de uso, a diversificação das atividades cotidianas e a priorização de tarefas que envolvam interação direta com o mundo *offline* podem contribuir para um uso mais consciente das tecnologias digitais, sem a necessidade de renunciar a elas por completo.

No caso dos mais jovens, a intervenção dos pais e responsáveis é essencial. Crianças e adolescentes estão especialmente vulneráveis aos efeitos dos algoritmos e ao consumo desenfreado de conteúdos digitais. Por isso, é importante que os pais não apenas limitem o tempo de uso das plataformas, mas também promovam conversas sobre os riscos envolvidos e incentivem outras formas de entretenimento e aprendizagem. A mediação parental ativa, acompanhada de orientações sobre a importância do equilíbrio e do uso consciente da tecnologia, pode ser um fator decisivo para evitar a dependência e preservar a saúde mental das novas gerações.

No tocante as pessoas que já enfrentam problemas de saúde mental, o acompanhamento por um psicólogo, e, em alguns casos, também por um psiquiatra é aconselhado por professores e médicos como Lembke (2022) e Escapé (2024). Os psicólogos e psiquiatras desempenham um papel crucial na identificação de padrões de uso excessivo de tecnologias digitais e no desenvolvimento de estratégias terapêuticas para reduzir a sujeição e mitigar os impactos negativos. A atuação desses especialistas pode incluir a recomendação de técnicas de autorregulação, como o estabelecimento de limites de tempo para o uso de redes sociais, a prática de atividades que promovam o bem-estar emocional fora do ambiente digital, a criação de uma rotina que inclua momentos de desconexão, essenciais para a recuperação mental e, quando necessário, intervenção farmacológica.

Por fim, não há como não mencionar que uma regulamentação adequada dessas mídias por parte do governo também é imprescindível, impondo limites que protejam os usuários de potenciais danos. Em um ambiente digital amplamente desregulado, as empresas de tecnologia têm liberdade para explorar ao máximo os mecanismos de captação de atenção, muitas vezes sem considerar os impactos nocivos. A criação de políticas públicas que estabeleçam normas claras para o uso dessas tecnologias pode conter e até inibir práticas predatórias a exemplo dos jogos de apostas.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

As contribuições de Siles (2024) e Santaella (2021) por enfatizarem a perspectiva da agência humana, transcendem a simples usabilidade das tecnologias e se inserem nos contextos de adaptação e negociação cultural. A abordagem dos autores nos convida a considerar a relação dinâmica entre usuários e tecnologias como um processo contínuo de influência mútua que é moldado pelas necessidades e distintos contextos sociais. No entanto, é igualmente essencial trazer à tona o tensionamento abordado por Lembke (2022), Courtwright (2019), Han (2019) e Escapé (2024), que permite uma compreensão mais ampla das práticas culturais e tecnológicas e reconhece que esses mecanismos são moldados por forças sociais, políticas e econômicas. Concluímos que as noções de domesticação mútua (Siles, 2024) conectada à economia da dopamina (Lembke, 2022) ilustram como as fronteiras entre dominação e resistência, controle algorítmico e agência humana, estão em constante negociação e precisam ser observadas com atenção.

É evidente que as armadilhas emocionais do capitalismo límbico (Courtwright, 2019) tornam mais difícil alcançar um equilíbrio na relação entre usuários e tecnologias e, talvez, o processo de domesticação mútua, muitas vezes assimétrico, tenda a favorecer mais o mercado, que forja os produtos tecnológicos dedicando pouca ou nenhuma consideração à saúde psíquica dos consumidores. Como resultado, essas plataformas podem exercer um controle desproporcional sobre a vida emocional, especialmente de indivíduos com transtornos psíquicos, que buscam nas tecnologias um alívio ou preenchimento para seus descontentamentos e problemas, através de satisfações momentâneas.

Como apontado, as redes sociais e seus microvídeos desempenham um papel significativo na sociabilidade e na disseminação cultural, sendo ferramentas poderosas de entretenimento, informação e expressão pessoal. Por meio das plataformas que os veiculam, indivíduos de diferentes contextos podem se conectar, compartilhar experiências, ideias e visões de mundo, contribuindo para a formação de comunidades globais e a valorização de diversas culturas, ao mesmo tempo que promovem o acesso a conteúdos culturais de maneira rápida e abrangente, permitem que informações que antes eram restritas a certos meios sejam agora amplamente disseminadas. Ou seja, apesar de impactos negativos, o uso das tecnologias pode ter muitos benefícios. Neste artigo não nos dedicamos a discussão das formas de socialização e outros aspectos dessa interação que também proporcionam benefícios aos usuários, para essa proposta o recorte foi buscar compreender como as narrativas audiovisuais, especialmente, as chamadas micronarrativas se comportam nessa relação.

Nessa via, evidenciamos que a solução não reside em interromper ou eliminar completamente o uso das redes sociais, o que seria irrealista em um mundo digitalmente interconectado. A melhor alternativa é buscar um equilíbrio saudável entre o consumo de conteúdo digital e outras atividades da vida cotidiana. Isso implica desenvolver uma consciência crítica sobre o tempo gasto nas plataformas e sobre como o consumo de microvídeos pode afetar nossas emoções e comportamentos. Práticas como limitar o tempo de uso, estabelecer momentos de desconexão e priorizar atividades que envolvam interação direta com o ambiente físico e social podem ser, portanto, uma alternativa para evitar a dependência digital na atualidade. Entretanto, reconhecemos a complexidade do tema e a necessidade de uma investigação mais profunda que una outras perspectivas e contextos. Encaminhamos esse debate para próximas oportunidades.

REFERÊNCIAS

COURTWRIGHT, David T. **The Age of Addiction: How Bad Habits Became Big Business.** Cambridge, MA: Belknap Press, 2019. https://doi.org/10.4159/9780674239241.

ESTAPÉ, Marian Rojas. **Recupera Tu Mente, Reconquista Tu Vida** Bogotá: Editora Espasa, 2024. 384p.

HAN, Byung-Chul. **Psicopolítica – o neoliberalismo e as novas técnicas de poder.** Belo Horizonte: Editora Ayiné, 2019. 133p.

LEMBKE, Anna. **Nação dopamina: por que estamos viciados e como manter o equilíbrio na era do excesso**. Tradução de Julia Eliza M. Guimarães. Rio de Janeiro: Zahar, 2022. 268p.

SANTAELLA, Lucia. **Humanos hiper-híbridos: linguagens e cultura na segunda era da internet.** São Paulo: Paulus, 2021. 188p.

SANTAELLA, Lucia. **A pós-verdade é verdadeira ou falsa?** São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2018. 98p.

SANTAELLA, Lucia. A semiótica das fake news. **Verbum**, v. 9, n. 2, set. 2020b, p. 9-25.

SILES, Ignácio. Tráiler conceptual. Domesticación mutua. **Contratexto**, 41, 2024, p. 13-0. https://revistas.ulima.edu.pe/index.php/contratexto/article/view/7088/7007

SILVA, Heriton Vinícios Serrão. **Subjetividades Instagramáveis, cartografias da autovigilância no *Instagram***. Dissertação de mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em comunicação da Universidade Federal do Piauí – Teresina, 2021.

O(s) autor(es) é(são) responsável(is) pela fidedignidade dos dados apresentados.



GT4

JORNALISMO, MÍDIAS E DIREITOS HUMANOS

DIVERGÊNCIAS ENTRE JORNALISTAS E CIENTISTAS NA PRÁTICA DO JORNALISMO CIENTÍFICO: UMA PROPOSTA DE PESQUISA EMPÍRICA[1]

Carolina Abbadia Melo[2]
Magno Medeiros[3]

RESUMO

Apesar de afirmada pela literatura acadêmica sobre jornalismo científico, as divergências de perspectivas entre jornalistas e cientistas sobre o processo de produção da divulgação científica na área do jornalismo carece de comprovação empírica. O trabalho propõe uma pesquisa empírica focada na rotina produtiva e no processo de produção de notícias sobre ciência. O objetivo é investigar se as divergências entre jornalistas e cientistas ainda persistem e quais possíveis convergências emergem.

Palavras-chave: Divulgação científica; Jornalismo científico; Jornalista; Cientista; Rotina produtiva.

DIVERGENCES BETWEEN JOURNALISTS AND SCIENTISTS IN THE PRACTICE OF SCIENTIFIC JOURNALISM: A PROPOSAL FOR EMPIRICAL RESEARCH

ABSTRACT

Despite being affirmed by the academic literature on science journalism, the divergences in perspectives between journalists and scientists regarding the process of producing scientific dissemination in the field of journalism lack empirical evidence. This work proposes an empirical research focused on the productive routine and the process of producing science news. The objective is to investigate whether the divergences between journalists and scientists still persist and what possible convergences emerge.

Keywords: Science communication; Science journalism; Journalist; Scientist; Productive routin.

1 INTRODUÇÃO

Os estudos acadêmicos sobre jornalismo científico frequentemente enfatizam as divergências no relacionamento entre jornalistas e cientistas durante o processo de divulgação científica, apontando-as como um obstáculo ainda presente na prática jornalística

[1] Este trabalho é uma versão ampliada e revisada de um resumo expandido apresentado e publicado nos anais do 24º Congresso de Ciências da Comunicação - Edição Centro-Oeste, onde se discutiu o estado da arte da pesquisa. Este artigo avança na discussão apresentada e traz elementos inéditos e complementares.

[2] Jornalista na Secretaria de Comunicação (Secom) da Universidade Federal de Goiás (UFG) e doutoranda no Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGCOM) da UFG. E-mail: carolina.melo@ufg.br

[3] Doutor pela Universidade de São Paulo (USP); professor titular da Faculdade de Informação e Comunicação da Universidade Federal de Goiás (FIC/UFG) e dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (PPGCOM/UFG) e em Direitos Humanos (PPGIDH/UFG). Orientador do trabalho. E-mail: magno@ufg.br.

e na comunicação pública da ciência. As sinalizadas “barreiras” entre cientistas e jornalistas, na avaliação de Maia (2017, p. 38), colaboram “não só para o distanciamento de cientistas dos meios de comunicação de massa”, como também dificultam “o maior envolvimento de jornalistas com a ciência”, interferindo no engajamento de ambos os profissionais com a divulgação científica. Entre os principais pontos de tensão apontados pela literatura estão as diferenças de linguagem, o enquadramento (*framing*) do conteúdo científico na mídia, a precisão das informações e a relação de confiança entre o jornalista, como autor da divulgação, e o cientista, como autor da pesquisa (Oliveira, 2002; Rios et al., 2005; Caldas, 2010; Bueno, 2010, 2011; Maia, 2017).

De acordo com esse referencial teórico sobre jornalismo científico, o conflito nas relações entre jornalistas e cientistas está enraizado nas diferenças entre os discursos científicos e jornalísticos. Como observa Bueno (2011, p. 65), o discurso jornalístico, ao divulgar temas científicos, frequentemente recorre a estratégias que buscam atrair o público, o que pode entrar em desacordo com o “discurso científico tradicional, mais formal, mais preciso e atento aos detalhes”.

A base de construção dessa abordagem teórica nos estudos sobre jornalismo científico, em muitos aspectos, está ancorada na "visão dominante da ciência" presente nos estudos estadunidenses sobre divulgação científica, discutida por Fetter (2020) a partir da leitura dos textos acadêmicos das décadas de 1990 e início de 2000. De acordo com essa visão, os cientistas frequentemente percebem a divulgação científica como uma "distorção" do conhecimento científico. A perspectiva, ainda que bastante replicada pelos estudos da área no Brasil, é questionada pela autora, devido à falta de pesquisas empíricas que comprovem essa realidade na atualidade e, mais ainda, no contexto brasileiro.

O questionamento de Fetter (2020) dialoga com este estudo, que identifica que essa visão dominante também se manifesta na literatura sobre jornalismo científico no Brasil, especialmente no que diz respeito ao relacionamento entre jornalistas e cientistas. E serve, inclusive, para referendar uma possível visão conflitante sobre a prática da divulgação científica na área do jornalismo entre cientistas e jornalistas brasileiros.

Diante disso, buscou-se entender se essa relação ambientalmente conflitante, descrita na literatura acadêmica, é de fato comprovada por meio de abordagens empíricas em pesquisas nacionais. O estudo, então, analisou a produção acadêmica brasileira que aborda, de alguma forma, o relacionamento entre os atores sociais. Verificou-se a ausência

de investigações que têm como objetivo compreender como se dá a interação entre jornalistas e cientistas durante o processo de produção do conteúdo da divulgação científica. Nesse contexto, o trabalho propõe uma pesquisa empírica que pode contribuir para uma melhor compreensão do fenômeno.

2 JORNALISMO CIENTÍFICO E DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA

Os estudos sobre o jornalismo científico, conforme levanta Massarani e Rocha (2018), foram os precursores nas pesquisas sobre divulgação científica no Brasil e, não por acaso, fundamentaram a pesquisa da área. “Ao que parece, a primeira tese de doutorado no campo foi a de Wilson da Costa Bueno, intitulada ‘Jornalismo científico no Brasil: os compromissos de uma prática dependente’, defendida em 1984” (Massarani e Rocha, 2018, p.3).

Ainda que Wilson da Costa Bueno, em sua tese do início da década de 1980, tenha chamado a atenção para a inadequada aproximação conceitual entre “jornalismo científico” e outras práticas e concepções diversas, como a “divulgação científica”, como se fossem práticas idênticas, o problema persistiu. Segundo Bertolli Filho (2006), é comum encontrar referências antigas que trazem os termos de “divulgação científica” e “jornalismo científico” como sinônimos.

Lá em 1984, Bueno já havia destacado que “o uso indiscriminado” da “expressão” “jornalismo científico” contribuía “para legitimar algumas imprecisões e ambiguidades conceituais” e favorecia para “a confusão”, então, “frequente, entre o Jornalismo Científico e outras teorias e práticas que tratam o mesmo objeto, identificadas pelos termos de difusão, disseminação e divulgação científica” (Bueno, 1984, p. 12).

De fato, o jornalismo científico tem a sua especificidade conceitual delimitada inclusive pelo gênero jornalístico. Sua prática anda “em conformidade com os procedimentos rotineiros de qualquer outra expressão jornalística”, mesmo quando se direciona à temática da ciência e tecnologia e busca ampliar o acesso público a esse tipo de conhecimento. “O contato com as fontes, a obtenção e checagem das informações e a formatação do texto noticioso, com o emprego de um vocabulário de fácil compreensão são algumas das tarefas requeridas do jornalista, qualquer que seja a especialidade” (Bertolli Filho, 2006, p. 3).

Sendo assim, com a ajuda de Bertolli Filho (2006, p. 3), entende-se como jornalismo científico a prática delimitada por “regras rotineiras do jornalismo em geral, que trata de

temas complexos da ciência e tecnologia e que se apresenta, no plano linguístico, por uma operação" que torna a leitura acessível ao público comum e adequado ao público especializado.

Já a divulgação científica se insere numa área de conhecimento que abarca o jornalismo científico - mas não somente - e tem como pano de fundo a democratização do acesso ao conhecimento da área da ciência e tecnologia. A despeito de outras terminologias - "popularização da ciência", "comunicação pública da ciência", entre outras, adota-se aqui o conceito "divulgação científica" e o inscreve no conjunto de "iniciativas disseminadoras do conhecimento, podendo abranger variadas modalidades de comunicação, desde uma conversa informal", passando por projetos de extensão em universidades, museus, cartilhas, jogos, literatura infantil até produções midiáticas e jornalísticas (Bertolli Filho, 2006, p.3).

3 AUSÊNCIA DE FUNDAMENTAÇÃO EMPÍRICA

Ao falar sobre a relação entre a ciência e o jornalismo e, de forma mais direcionada, sobre o relacionamento entre cientistas e jornalistas, em 1984, Wilson da Costa Bueno, em sua tese, afirmou que "vários autores têm se manifestado sobre os conflitos (...), mais particularmente, sobre as características, consideradas opostas, do trabalho jornalístico e da atividade científica" (Bueno, 1984, p.40). Além desses autores, o autor também cita, para basear a sua percepção, as reuniões e congressos da área:

> As reuniões e congressos de Jornalismo Científico têm dedicado espaço obrigatório à discussão deste tema. Cientistas e jornalistas, ao se defrontarem em uma mesa de debates, costumam mencionar experiências vividas que justificam suas atitudes preconceituosas em relação ao trabalho executado por um ou por outro. Certamente, na prática do Jornalismo Científico, há casos que parecem dar respaldo à tese de que a convivência entre eles não é tranquila. De maneira geral, os cientistas acusam os seus colegas de imprensa de superficialidade, de inexatidão, de sensacionalismo; os jornalistas retrucam, denunciando a prepotência, o hermetismo, e o pouco interesse dos homens de ciência em prestar contas à coletividade do trabalho que ela financia (Bueno, 1984, p 40).

Ainda que apresente o fenômeno do conflito entre os sujeitos sociais, o autor faz uma interessante reflexão de que as divergências "não se situam nos aspectos mais gerais e mais relevantes: resumem-se a detalhes operacionais que, embora importantes, não são suficientemente decisivos para promover um conflito real entre as duas atividades" (p. 42). Enquanto dimensões relevantes, Bueno (1984, p. 41) destaca que tanto cientistas quanto

jornalistas exibem lutas comuns quando “inserem-se num contexto de dependência”, onde tanto a ciência quanto o jornalismo “são submetidos ao jugo do poder econômico e do poder político e, invariavelmente, têm a função precípua de manter o ‘status quo’”. Ainda assim, o que ficou e se replica na literatura sobre jornalismo científico, após Wilson da Costa Bueno (1984), é muito mais as divergências do que as convergências entre esses dois atores sociais na prática da divulgação científica na área do jornalismo.

“O que se costuma identificar como ‘conflitos’ entre ciência e jornalismo” foi mencionado por Bueno (1984, p. 42), em sua tese, com base no jornalista e autor espanhol Manuel Calvo Hernando e no autor Hiller Krieghbaun. Também utilizou como referência a “opinião de renomados cientistas e jornalistas científicos reunidos em uma mesa redonda durante o 1º Congresso Iberoamericano de Periodismo Científico”. Portanto, são reflexões iluminadas pelo autor brasileiro e que não foram objetos de pesquisa empírica de seu estudo.

Respeitadas as peculiaridades espaço-temporais da tese de Bueno (1984), um levantamento mais recente sobre as produções acadêmicas que se dedicam ao estudo do relacionamento entre jornalistas e cientistas na prática do jornalismo científico, no Brasil, foi realizado na base de dados da Biblioteca Digital de Teses e Dissertações (BDTD) nacional – que reúne teses e dissertações produzidas nas instituições de ensino superior (IES) brasileiras. Limitou-se a fazer a sondagem da produção acadêmica brasileira, uma vez que é o interesse deste estudo a análise constitutiva da literatura acadêmica nacional sobre o relacionamento entre cientistas e jornalistas no universo do jornalismo científico. A partir da busca pelas palavras-chave “jornalistas cientistas” apareceram, ao todo, 155 resultados, 114 dissertações e 41 teses. As universidades que mais tiveram pesquisas relacionadas às palavras-chave foram as Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro (UFRRJ) (30), Universidade Estadual de Campinas (Unicamp) (21), Fundação Oswaldo Cruz (Fiocruz) (14), a Universidade de São Paulo (USP) (12) e Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) (5).

Após analisar as 155 pesquisas, inicialmente pelo título, seguido pelo resumo e, quando havia interesse, pela leitura do trabalho, observou-se que, da totalidade, apenas cinco pesquisas - dissertações - se propõem a discutir, em algum nível, o relacionamento entre cientistas e jornalistas (Manso, 2013; Bandeira, 2015; Maia, 2017; Costa Júnior, 2017; Oliveira, 2018). Quando se pensa no relacionamento entre a ciência e o jornalismo, não a partir dos sujeitos, mas das práticas institucionais, encontrou-se quatro estudos - duas

dissertações e duas teses (Barbosa, 2010; Bertol, 2007; Edmundson, 2017; Ferreira, 2017). De acordo com esse levantamento, fica evidente a pouca produção acadêmica direcionada a investigar os sujeitos centrais da divulgação científica na área do Jornalismo e, quando intenciona, não se direciona à análise empírica de como essas relações se manifestam no processo de produção do conteúdo jornalístico.

Das cinco dissertações mapeadas que têm como enfoque, em algum nível, o relacionamento entre jornalistas e cientistas, todas se limitam a entender as percepções dos próprios atores sociais sobre a prática do jornalismo científico: quatro delas (Manso, 2013; Bandeira, 2015; Maia, 2017; Oliveira, 2018) avaliam as percepções apenas dos cientistas e somente uma, o estudo de Costa Júnior (2017), incluiu nessa abordagem as percepções dos jornalistas. O autor, para atingir os seus objetivos, também fez o estudo do material jornalístico publicado ao longo do ano de 2016 e que teve como fontes os pesquisadores e cientistas da Universidade do Estado de Santa Catarina (UDESC). No entanto, ele não procurou entender como se estabeleceu e concretizou o relacionamento entre jornalistas e fontes ao longo do processo de produção de conteúdo do jornalismo científico.

Das quatro dissertações que buscaram, no seu percurso empírico, entender as percepções dos cientistas sobre a prática de divulgação científica, três delas (Bandeira, 2015; Maia, 2017; Manso, 2013) levantaram reflexões teóricas sobre o relacionamento com os jornalistas. Por exemplo, no caso de Maia (2017), apesar da ampla discussão sobre o relacionamento entre os sujeitos, pesquisou empiricamente apenas a perspectiva do cientista, tendo em vista entender como ele se relaciona com os “meios de comunicação de massa”. De forma interessante, a autora concluiu que os pesquisadores participantes de seu estudo apresentaram uma percepção predominantemente positiva acerca da relação com a mídia. Ainda assim, o estudo não se ateve à participação ativa do cientista no processo de produção jornalística, que se concretiza por meio das trocas informativas e comunicativas com o jornalista. Ou seja, não avaliou empiricamente como se estabelece, de fato, o relacionamento entre cientistas e jornalistas na rotina produtiva e no processo de produção de conteúdo do jornalismo científico. Já a dissertação de Oliveira (2018) desde a formulação da questão problema limita-se à percepção dos pesquisadores nacionais sobre a importância de se divulgar a ciência por meio da imprensa.

Destaca-se que todos os cinco estudos que refletem de alguma forma o relacionamento entre cientistas e jornalistas são resultados de dissertações, e se limitaram a

entender as percepções que os próprios sujeitos têm dessa relação. As pesquisas não avançam no aprofundamento de como se estabelece essa relação na prática, e, ao não se atentarem para essa abordagem empírica, não trazem novos elementos para a discussão acadêmica sobre o relacionamento desses sujeitos sociais na produção da divulgação científica. Dessa forma, contribuem para replicar as compreensões sobre como ocorre essa relação já referendadas pela literatura acadêmica. Ao não saber como ocorre empiricamente essa relação hoje, não se discute a literatura já existente sobre o assunto.

Também chama a atenção o fato de o estudo mais antigo encontrado por este levantamento ser de 2013, o que demonstra o interesse recente pela análise mais aprofundada sobre o relacionamento entre cientistas e jornalistas na divulgação científica. Associados a essa temática, há os estudos que investigam o relacionamento a partir das práticas institucionais da ciência e do jornalismo. Nesse caso, foram mapeadas duas teses (Bertol, 2007; Edmundson, 2017) e duas dissertações (Barbosa, 2010; Ferreira, 2017), onde se identificou a mesma linha de abordagem analítica: entender as convergências e divergências da produção científica e jornalística.

Um estudo considerado por este levantamento, que, no entanto, não tem o jornalismo científico como objeto de estudo, é a tese de Joncew (2005). A pesquisa analisa a participação das fontes formais na qualificação da notícia. Apesar de ter quase duas décadas de distância deste estudo, a pesquisa se mostra relevante ao focar na qualidade da informação, buscando respostas dentro do processo de produção jornalística (*newsmaking*). Para isso, encaminhou a pesquisa teórica e de campo, procurando investigar de forma exploratória a participação das fontes no processo de construção e qualificação da informação jornalística. Ou seja, discutiu o papel das fontes formais (organizações e especialistas) como agentes ativos no enquadramento retratado. Mesmo não tendo entre seus objetivos a análise do relacionamento das fontes com os jornalistas, o estudo lança reflexões metodológicas para as pesquisas que se propõe a entender o processo de produção jornalística que se estabelece a partir do encontro entre jornalistas e fontes formais, como é o caso dos cientistas.

4 PROCESSO COMUNICACIONAL DA PRODUÇÃO JORNALÍSTICA

Os estudos acadêmicos que se propõem a pensar o jornalismo científico brasileiro não salientam o relacionamento entre jornalistas e cientistas da atualidade, ou seja, não buscam entender como se manifesta o processo de produção jornalística sobre a ciência a partir do encontro entre os dois atores sociais. Quando há uma literatura consolidada na área que replica a compreensão sobre a divergência entre jornalistas e cientistas no entendimento e na prática da divulgação científica, destaca-se, aqui, a importância das pesquisas empíricas para se entender o fenômeno na contemporaneidade.

Especialmente após a pandemia de covid-19 e o fenômeno das *fake news* na área da ciência, observa-se uma aproximação entre a comunicação e a ciência na contemporaneidade, especialmente por meio do encontro e das trocas comunicativas estabelecidas entre jornalistas e cientistas. Apesar de ainda haver espaço para divergências, lança-se a hipótese de que, na atualidade, as convergências são mais sobressalentes e, nesse sentido, destaca-se a relevância de pesquisas que venham a entender a produção jornalística na área da ciência a partir da cadeia e rotina produtiva e, portanto, a partir do relacionamento que se estabelece entre jornalistas e cientistas para a produção de conteúdo. Se existem problemas e acertos na divulgação científica na área do Jornalismo, eles se devem em muitos aspectos a como ocorre a produção desse conteúdo e, antes, a como se estabelece o relacionamento entre os principais atores sociais dessa divulgação.

Portanto, entende-se fundamental direcionar o olhar para os sujeitos envolvidos nessa divulgação do conhecimento, mirando no processo ativo de produção do conteúdo dirigido ao público comum e publicado nos meios de comunicação, e não somente na identificação das percepções dos atores sociais sobre a prática, mais comuns nos estudos científicos.

Ao propor a análise do processo de produção jornalística, deve-se considerar entre os eixos do referencial teórico as teorias do jornalismo que pensam a prática, como *newsmaking* e *agenda setting*, conectadas, neste caso, à análise de enquadramento (*framing*).

A teoria *newsmaking* contribui para situar a produção jornalística da imprensa no espaço do processo “industrial” e da mecanização “presente em qualquer organização

complexa" (Wolf, 2005, p. 194). No caso das meios de comunicação, a superabundância e eventualidade dos acontecimentos contribuem para tencionar a produção de notícias:

> Essas exigências ligadas à superabundância de acontecimentos indicam que os aparatos de informação, com o objetivo de produzir notícias, devem satisfazer (entre outras coisas) três tarefas:
> 1. devem tornar possível o reconhecimento de um evento desconhecido (inclusive dos excepcionais) como acontecimento noticiável;
> 2. devem elaborar modos de relatar os eventos que não levem em conta a pretensão de cada acontecimento de ser uma exposição idiossincrásica;
> 3. devem organizar o trabalho temporal e espacialmente de maneira tal, que os eventos noticiáveis possam afluir e ser trabalhados de modo planificado. Essas tarefas estão inter-relacionadas (Tuchman, apud Wolf, 2005, p. 194-195).

Ao estabelecer práticas unificadas na produção das notícias, a teoria do *newsmaking* destaca a noticiabilidade, a sistematização e os valores-notícia. A noticiabilidade refere-se aos critérios que selecionam, entre diversos acontecimentos, aqueles que serão transformados em notícias. A sistematização, por sua vez, está relacionada às rotinas produtivas que incluem a criação da pauta, a redação do texto jornalístico e a edição. Já os valores-notícia refletem o julgamento profissional sobre o que merece ser noticiado, respondendo à questão: "quais eventos são considerados suficientemente interessantes, significativos e relevantes para se tornarem notícias?". Assim, esses valores funcionam como parâmetros de relevância ao longo de todo o processo de produção, desde a seleção, passando pela recomposição, até a distribuição (Wolf, 2005, p. 202; Pena, 2005).

A teoria do agendamento ou *agenda setting* fornece reflexões sobre o papel da imprensa e dos meios de comunicação na disponibilização de informações, imagens e estruturação cognitiva do público. E na capacidade da imprensa e dos meios de gerar a sensação da realidade sobre o que é apresentado. A teoria destaca a mediação dos meios de comunicação para o acesso à informação do público em sociedades complexas como as ocidentais, o que promove certo agendamento sobre os assuntos que se tornam importantes no debate público. No agendamento, há fatores que contribuem para que veículos da imprensa divulguem o conteúdo, com determinado enquadramento. O enquadramento é "a ideia central que organiza o conteúdo noticioso que por sua vez fornece um contexto e sugere sobre o que o assunto trata, através do uso de seleção, ênfase, exclusão e elaboração" (Hohlfeldt, 2015; Tankard, apud Mccombs, 2009, p.137).

Sendo assim, a análise de enquadramento se mostra apropriada nos estudos de matérias jornalísticas e visam apresentar com evidências os vieses implícitos e também explícitos na produção do conteúdo (Soares, 2006; Porto, 2004):

> Os enquadramentos da mídia […] organizam o mundo tanto para os jornalistas que escrevem relatos sobre ele, como também, em um grau importante, para nós que recorremos às suas notícias. Enquadramentos da mídia são padrões persistentes de cognição, interpretação e apresentação, de seleção, ênfase e exclusão, através dos quais os manipuladores de símbolos organizam o discurso, seja verbal ou visual, de forma rotineira"(Gitlin, 1980, p. 7, apud Porto, 2004).

O conceito se fundamenta ao entender o tratamento dado pela imprensa e pelos meios às informações e, portanto, fornece instrumentos para a análise dos padrões de apresentação, seleção, ênfase e exclusão textuais, por meio dos quais os jornalistas organizam sua escrita.

5 UMA SUGESTÃO DE PESQUISA EMPÍRICA

Levando-se em conta a rotina produtiva e o processo de produção na área do jornalismo, entende-se que o resultado final do jornalismo científico é fruto, principalmente, do diálogo e do relacionamento entre jornalistas e cientistas, sujeitos centrais do processo comunicativo. Considera-se, pois, fundamental entender como, de fato, ocorre esse relacionamento na práxis desse jornalismo.

Conforme observado, a literatura acadêmica chama a atenção para contextos determinados de divergência, entre eles (Oliveira, 2002; Rios et al., 2005; Caldas, 2010; Bueno, 2010, 2011; Maia, 2017):

a) Diferença de linguagem: O jornalista tem o compromisso com a linguagem clara, objetiva e sucinta; direciona-se pela técnica da escrita jornalística que tende a valorizar no primeiro parágrafo do texto o aspecto considerado mais interessante ou relevante (o que invariavelmente, no jornalismo científico, está relacionado à conclusão da pesquisa científica); Por sua vez, o cientista está ambientando a uma linguagem técnica, com jargões da área e com a estrutura linear do texto científico, em que a conclusão do estudo fica localizada nas últimas páginas da produção textual.

b) Discordância sobre o enquadramento que se deve dar aos dados, fatos e resultados da pesquisa: as informações e dados que o jornalista seleciona e dá ênfase no

texto do jornalismo científico pode não ser aquelas que o cientista gostaria de selecionar e dar ênfase no processo de divulgação da pesquisa;

c) Precisão: Ainda que alguns textos jornalísticos da área da ciência apresentem certo nível de aprofundamento, muitas vezes não corresponde ao aprofundamento que o cientista gostaria de dar à divulgação do conteúdo para o público ampliado, o que faz com que os cientistas fiquem descontentes com a abordagem dada pelo texto jornalístico.

d) Confiança entre os sujeitos sociais: muitas vezes as trocas comunicativas entre jornalistas e cientistas, que seja durante as entrevistas jornalísticas, são caracterizadas pela desconfiança entre os indivíduos: cientistas que questionam a capacidade dos jornalistas na transferência da linguagem científica para a linguagem acessível ao público amplo; e jornalistas que questionam a postura arrogante dos cientistas durante o contato pessoal.

Os contextos elencados acima, que caracterizam o panorama da divergência entre jornalistas e cientistas, podem ser percebidos na pesquisa empírica enquanto categorias de análise. Acredita-se que, por meio da investigação do processo produtivo do jornalismo científico é possível entender como se estabelece o relacionamento entre jornalistas e cientistas e, mais ainda, quais são os aspectos de encontros e desencontros entre eles na prática social.

Sugere-se, portanto, uma pesquisa de campo exploratória do processo de produção jornalística, que é uma abordagem de investigação utilizada para se encontrar insights preliminares sobre o fenômeno pouco estudado. A pesquisa de campo exploratória possibilita investigar questões novas, identificar variáveis e formular novas hipóteses, sem exigir conclusões definitivas (Gil, 2008):

> A pesquisa exploratória tem como objetivo proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito ou a construir hipóteses. (...) Envolve levantamento bibliográfico, entrevistas com pessoas que tiveram experiências práticas com o problema pesquisado e análise de exemplos que estimulem a compreensão (Gil, 2008, p. 27).

Entre os espaços ou contextos para o levantamento e a coleta de dados sobre as possíveis divergências entre jornalistas e cientistas no processo de produção do jornalismo científico tem-se: a sugestão e a elaboração da pauta, que dialogam com os critérios de noticiabilidade e com os valores-notícia; a produção do texto jornalístico, que pressupõe o relacionamento do jornalista com as fontes de informação (contato, agendamento da entrevista, realização da entrevista); a escrita do texto jornalístico (enquadramento de dados,

fatos e informações realizadas pelo jornalista - ou seja, enquadramento noticioso); edição jornalística (reenquadramento do texto - enquadramento noticioso); e publicação do texto.

No espaço da sugestão e elaboração da pauta se pressupõe também um processo de seleção, exclusão e ênfase, ou seja, é possível identificar algum viés de enquadramento noticioso, que diz respeito ao modo como o jornalismo organiza e apresenta a notícia (Soares, 2006; Porto, 2004). No entanto, quando se trata de forma específica do relacionamento entre cientistas e jornalistas, entende-se que ele ocorre essencialmente na etapa da produção e escrita do texto jornalístico e reverbera também nas etapas de edição e publicação do texto, sendo essas ambiências de fundamental relevância para se entender como ocorre as trocas comunicativas diretas e indiretas entre os atores sociais. Sendo assim, propõe-se exatamente essas ambiências do processo produtivo para se estabelecer um recorte para a construção de dados empíricos sobre o processo comunicacional que resultará no produto jornalístico final sobre a temática da ciência. Para tanto, uma pesquisa de campo exploratória e suas etapas e métodos devem considerar tais ambiências.

A seguir, projeta-se um caminho para a pesquisa empírica que fornece potencial para o levantamento de dados e análises capazes de trazer novos elementos sobre o relacionamento entre jornalistas e cientistas na prática do jornalismo científico.

5.1 Coleta do material empírico

Com a pauta em mãos sobre a temática de ciência e tecnologia, após escolha e seleção dentro do espaço das redações jornalísticas, o jornalista deve ir ao encontro de dados e informações e essa etapa demanda o contato com uma fonte ou com as fontes especialistas, no caso, os cientistas.

a) O primeiro contato do jornalista com o cientista é para o agendamento de uma entrevista, técnica jornalística em que o profissional se arma de perguntas previamente definidas para ir ao encontro com a fonte. O momento da entrevista é aquele onde ocorre o diálogo direto entre jornalistas e cientistas e de onde podem ser percebidas intenções comunicativas. Sendo assim, seria interessante criar condições para a pesquisadora ou para o pesquisador participar do encontro como observadora das trocas comunicativas.

b) Após esse primeiro encontro, outro momento para a coleta de dados pode ser projetada por meio da realização de uma entrevista semiestruturada e individual, técnica

retratada no próximo tópico, tanto com cientistas quanto com jornalistas, com o objetivo de captar e colher dados sobre as impressões, percepções do encontro e intenções prévias sobre a publicação do conteúdo da divulgação científica.

c) No contexto da escrita do texto jornalístico, seria interessante o estabelecimento do vínculo de confiança entre a pesquisadora ou o pesquisador e o jornalista para que ele repasse o texto produzido antes de passar pela edição.

d) Tem-se, também, como dado de análise, o texto publicado no veículo de comunicação, resultado do processo de produção jornalística e da edição.

e) Por fim, como última etapa da coleta de dados, pode-se realizar uma segunda entrevista semiestruturada e individual com jornalistas e cientistas após o texto publicado, dessa vez para captar a percepção dos sujeitos sobre o enquadramento noticioso.

5.2 Método, técnicas de coleta e análise de dados

Levando-se em conta a primeira definição de categorias, sendo elas: linguagem; enquadramento; precisão; e a confiança, entende-se que outras podem ser criadas a depender do interesse da pesquisadora e do pesquisador. Fechando quantas categorias forem necessárias, destaca-se a produção do documento explanatório que irá descrever de forma clara as categorias e suas variáveis, “com explicitação da distinção entre elas e, ainda, com orientações detalhadas sobre como produzir a observação e mensuração”. (Maia, Hauber, Paula, 2022, p. 42). As categorias devem orientar o processo de coleta e análise dos dados.

a) Observação assistemática e análise de conteúdo

A observação assistemática consiste em recolher e registrar os fatos da realidade sem que a pesquisadora ou o pesquisador utilize meios técnicos especiais ou precise fazer perguntas. Enquanto observadora do encontro entre jornalistas e cientistas para a execução da entrevista jornalística, a pesquisadora ou o pesquisador deve se atentar, entre outras coisas, para os acordos estabelecidos; os enfoques e enquadramentos valorizados por ambas as partes durante o encontro; os momentos de tensão ou conflito de interesses; momentos de diálogo recíproco; o direcionamento dado pelo jornalista durante o encontro por meio das perguntas jornalísticas e levantamentos de dados e informações (Dencker, 2001; Bauer, Gaskell, 2002).

A análise dos dados observados e coletados a partir do diálogo entre jornalistas e cientistas pode ser combinada à análise de conteúdo, que é uma abordagem metodológica sistemática, objetiva e versátil, ao permitir a replicabilidade de amostras e possibilitar à pesquisadora ou ao pesquisador escolher as categorias de análise. Conforme Maia, Hauber e Paula (2022, p. 46) a análise de conteúdo tem sido empregada, por exemplo, em estudos sobre "variações nas relações jornalistas-fontes".

Ao utilizar a análise de conteúdo para uma pesquisa qualitativa, como é o caso em questão, ela não é utilizada para estabelecer generalizações. Direciona-se, na verdade, para objetivos mais próximos do enunciado a seguir: "examinar tipologia de teorias, tratar de processos sociais e históricos dos contextos, explorar nuances de explicações rivais e (...) identificar mecanismos complexos que permitem derivar hipóteses a serem testadas em estudos quantitativos" ou ampliados (Maia, Hauber, Paula, 2022, p. 51).

Na análise de conteúdo é fundamental deixar claro "as categorias empregadas", "descrever os métodos de maneira clara, acurada e completa e esclarecer condições para fazer inferências", de forma a gerar a compreensão adequada sobre as contribuições e limitações dos resultados obtidos pela técnica, além de permitir "a reprodutibilidade da análise por parte de outros investigadores"(Maia, Hauber, Paula, 2022, p. 41).

> A análise de conteúdo visa produzir análises baseadas nos princípios de replicabilidade e reprodutibilidade (validade e confiabilidade) e generalidade (...). A validade está relacionada à adequação do método ao conceito pretendido e aos objetivos da pesquisa. Segundo Neuendorf (2002), ao pensar na validade, fazemos a pergunta: "estamos medindo o que queremos medir?". A confiabilidade indica que o mesmo procedimento de medição produz os mesmos resultados em testes repetidos. (NEUENDORF, 2002) A validade e a confiabilidade são elementos, por sua vez, associados à replicabilidade, já que um teste de confiabilidade satisfatório é o que garante também a replicabilidade (Maia, Hauber, Paula, 2022, p. 47).

b) Entrevista semiestruturada e análise de conteúdo

Em dois momentos se sugere a entrevista semiestruturada tanto com jornalistas quanto com cientistas: O primeiro, após a realização da entrevista jornalística; o segundo, após a publicação do texto jornalístico.

A primeira entrevista tem como objetivo entender como cada um dos atores avaliou o encontro e, a partir dele, o que acreditam que deve ser valorizado e publicado, entre outros contextos que possam surgir ao longo da entrevista, sempre tendo como guia orientador da elaboração das perguntas estruturadas as categorias elencadas. Pode-se, por

meio dessa técnica, saber se há enquadramentos desejados ou já projetados de antemão, além de outras expectativas que possam surgir após o encontro.

Perguntas simples - tais como: o que achou do encontro? todos os dados e informações relevantes sobre o tema foram tratados na entrevista? qual dado ou informação acha mais importante de ser valorizado na escrita jornalística? qual a importância da divulgação da pesquisa por meio do jornalismo? existe alguma preocupação sobre a forma como o tema será tratado? quais foram suas impressões sobre o jornalista? (no caso de uma pergunta direcionada ao cientista) ou sobre o cientista (no caso da pergunta ser direcionada ao jornalista) - podem ser realizadas para ambos os atores sociais e pode trazer conteúdos interessantes para a análise (Dencker, 2001; Bauer, Gaskell, 2002).

Já a segunda entrevista seria essencialmente para entender a percepção dos sujeitos sobre o texto publicado no veículo de comunicação: o que acharam do resultado final do texto? Ficaram satisfeitos com o texto publicado? Ficaram incomodados com alguma parte do texto? Qual? Por quê? Para eles, a linguagem ficou adequada ao público leitor? A abordagem foi aprofundada ou superficial (precisão)? Por quê? Os enfoques, seleções de dados e exclusão de dados foram suficientes para a divulgação científica? Faltou alguma informação que poderia ter sido melhor explorada? O texto foi suficiente para abordar a temática?

As entrevistas semiestruturadas em profundidade:

> apresentam um roteiro predefinido e incluem, também, a oportunidade de inserção de novas perguntas no momento do encontro com os respondentes. Nesse caso, o entrevistador possui um conjunto de perguntas padrão, que deve ser endereçado a todos os entrevistados, e preserva, simultaneamente, a autonomia para formular questões a partir da interação com os entrevistados. Dependendo do andamento da entrevista pode haver a inclusão de questões específicas, a divisão das perguntas em partes, pequena modificação de algum tópico ou, ainda, a supressão de perguntas já contempladas em respostas anteriores. As entrevistas abertas e semiestruturadas em profundidade são aplicadas majoritariamente em estudos qualitativos (Sanglard, Garcês, Maia, 2022, p. 175).

Os dados das duas entrevistas semiestruturadas podem ser analisados também por meio da análise de conteúdo.

c) Análise de enquadramento e análise de conteúdo

Com o acesso ao texto jornalístico, antes de ser editado pelo veículo de comunicação, a pesquisadora ou o pesquisador pode, por meio da análise de conteúdo combinada à análise de enquadramento, avaliar ambos: o texto original do jornalista e o texto após a

edição, para buscar entender o que foi valorizado em termos de seleção, ênfase, exclusão e elaboração. A análise pode ser comparada às percepções que cientistas e jornalistas manifestaram previamente sobre o enquadramento desejado durante entrevista semiestruturada.

Com a análise de conteúdo, é possível, por exemplo, dividir a matéria jornalística em unidades de análise, sendo elas: o título; o lead (primeiro parágrafo da notícia e da reportagem); e a notícia ou a reportagem completa. E, tendo como categorias elencadas aquelas identificadas pela entrevista semiestruturada especialmente sobre as intenções de enquadramento, seja do jornalista, seja do cientista, avalia-se e enquadramento valorizado pelo jornalista na escrita do texto e também no texto editado e publicado (Maia, Hauber, Paula, 2022).

Conforme Maia, Hauber e Paula (2022, p.46), “a análise de conteúdo pode (...) ajudar a elucidar quais mecanismos de seleção, ordenamento ou enquadramento são utilizados para dar a ver as expressões discursivas”.

“Interessado em abordar particularmente textos jornalísticos e midiáticos, Entman (1993, p. 52) propõe que enquadrar uma questão é ‘selecionar alguns aspectos de uma realidade percebida e torná-los mais salientes em um texto comunicacional’” (Maia, Choucair, Sanglard, 2022, p. 111).

Em relação a análise de enquadramento, podem ser qualitativas ou quantitativas, indutivas ou dedutivas. Esta pesquisa em questão adota a abordagem qualitativa, como já foi dito, e, no caso, indutiva, uma vez que “ a observação e a análise (...) partem do material empírico sob investigação e, a partir daí, o pesquisador busca organizar o conteúdo em quadros de sentido (ou enquadramentos)”. A análise se direciona pelos indicadores manifestos no texto jornalístico e tende a observar as “dinâmicas de exposição à informação, maneiras de oferecer e estruturar conteúdos" (Maia, Choucair, Sanglard, 2022, p. 113, 114). Através desse tipo de análise é possível investigar o que esses atores selecionam e salientam e, portanto, o que está em questão para eles.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisa empírica tem potencial para fornecer dados que podem contribuir para o entendimento de como estabelece o relacionamento entre jornalistas e cientistas e quais

tipos de divergências ou mesmo convergências se manifestam no processo de produção e construção do texto do jornalismo científico.

Mesmo não sendo possível apresentar uma avaliação geral e conclusiva sobre o relacionamento entre os atores sociais no contexto da divulgação científica, devido às inúmeras variáveis, entre elas, os diferentes contextos sociais, políticos, econômicos e culturais, acredita-se, de forma pretensiosa e, aqui, enquanto hipótese, que a investigação sobre a prática (análise empírica) tem o potencial para contribuir com a literatura acadêmica sobre o jornalismo científico no que diz respeito ao relacionamento entre jornalistas e cientistas. Afinal, a identificação das características, fragilidades, problemas e acertos da cadeia de produção e construção do texto jornalístico sobre ciência pode iluminar caminhos de superação para a construção de uma divulgação científica satisfatória entre jornalistas e cientistas.

Havendo um universo de pesquisas empíricas nessa linha e que abarquem os mais amplos contextos sociopolíticos econômicos e culturais, evidentemente, mais ricos e mais próximos da realidade contemporânea podem ser os cenários desvendados.

REFERÊNCIAS

BANDEIRA, C.A.F. **Cultura científica na imprensa baiana**: relações entre pesquisadores e jornalistas em A Tarde. Dissertação (mestrado) - Universidade Federal da Bahia, Instituto de Humanidades, Artes e Ciências Professor Milton Santos, Salvador, 2015.

BARBOSA, C. L. **A textualização científica em dois discursos**: Jornalismo ou Ciência. 2010. 123 f. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) - Universidade Federal do Amazonas, Manaus, 2010.

BARROS JUNIOR, R. A. **Os bastidores da notícia de ciência**: levantamento do comportamento informacional de jornalistas em Goiânia. 2021. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Universidade Federal de Goiás, Goiânia, 2021.

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

BERTOL, S. R. S. **Divergências e convergências entre a comunicação primária e a comunicação secundária na divulgação do câncer de mama**. 2007. 218 f. Tese (Doutorado em Processo Comunicacionais) - Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo, 2007.

BERTOLLI FILHO, C. Elementos fundamentais para a prática do jornalismo científico.

BOCC - Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação, v. 1, 2006, p. 1-32. 2006. Disponível em:
http://bocc.ufp.pt/pag/bertolli-claudio-elementos-fundamentais-jornalismo-cientifico.pdf .

BUENO, W. C. As fontes comprometidas no jornalismo científico. In: PORTO, C. M.; BROTAS, A. M. P.; BORTOLIERO, S. T. (org.) **Diálogos entre ciência e divulgação científica: leituras contemporâneas**. Salvador: EDUFBA, p. 55-72, 2011.

BUENO, W. C. Comunicação Científica e Divulgação Científica: Aproximações e Rupturas Conceituais. **Informação & Informação**, Londrina, v.15, n.esp., p.1-12, 2010.

BUENO, W. C. **Jornalismo científico no Brasil**: os compromissos de uma prática dependente. 1984. Tese (Doutorado) – Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo. 1984.

CALDAS, M. G. C. Divulgação científica e relações de poder. **Informação & Informação**, Londrina, v. 15, n. esp, p. 31 - 42, 2010.

COSTA JÚNIOR, C. A. da. **Estudo de caso da relação entre jornalistas e fontes na cobertura jornalística sobre o conhecimento científico produzido pela UDESC**. Dissertação (mestrado) - Universidade Federal de Santa Catarina, Centro de Comunicação e Expressão, Programa de Pós-Graduação em Jornalismo, Florianópolis, 2017.

DENCKER. Ada de Freitas Maneti. **Pesquisa empírica em ciências humanas (com ênfase em comunicação)**. São Paulo. Futura, 2001.

EDMUNDSON, M. V. A. da S. **Relações dialógicas no processo de ressignificação do discurso científico em enunciados de notícia de popularização da ciência**. 2017. 326 f. Tese (Doutorado em Linguística)-Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2017.

FERREIRA, L. C. **Deserto na comunicação**: as relações entre ciência e mídia na desertificação do semiárido brasileiro. 2017. 68f. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento e Meio Ambiente) - Centro de Biociências, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2017.

FETTER, G. L. Posicionamento axiológico das concepções de divulgação científica. **Aleph**, n. 34, p. 124-143, 2020. Disponível em:
https://periodicos.uff.br/revistaleph/article/view/41387/25231.

GIL, A C. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. 6ª ed., Atlas, 2008.

HOHLFELDT, Antonio. Hipóteses contemporâneas de pesquisa em comunicação. In.: HOHLFELDT, Antonio; MARTINO, Luiz C.; FRANÇA, Vera Veiga (Orgs.). **Teorias da comunicação: conceitos, escolas e tendências**. 15 ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2015.

JONCEW, C. C. **A participação das fontes formais na qualificação da notícia**. 2005. 310 f. Tese (Doutorado em Ciência da Informação) –Escola de Ciência da Informação, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2005.

MAIA, B. A. **Os cientistas e os meios de comunicação de massa**: um estudo de caso no Instituto Oswaldo Cruz. 2017. 186 f. Dissertação (Mestrado em Ensino em Biociências e Saúde)-Fundação Oswaldo Cruz, Instituto Oswaldo Cruz, Rio de Janeiro, 2017.

MAIA, R. C. M.; HAUBER, G.; PAULA, J. E. de. Análise de conteúdo. In: MAIA, R. C. M. (org). **Métodos de pesquisa em comunicação política**. Salvador: EDUFBA, 2022, p. 39-80.

MAIA, R. C. M.; CHOUCAIR, T.; SANGLARD, F. N. Análise de enquadramentos. In: MAIA, R. C. M. (org). **Métodos de pesquisa em comunicação política**. Salvador: EDUFBA, 2022, p. 109-128.

MANSO, B. L. de C. **Divulgação científica e tecnológica**: interação entre agentes do processo. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) - Universidade Federal do Rio de Janeiro / Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia, Rio de Janeiro, 2013.

MCCOMBS, Maxwell. **A Teoria da Agenda – a mídia e a opinião pública**. Petrópolis, RJ: Editora Vozes, 2009.

OLIVEIRA, C. C. G. S. **A percepção dos pesquisadores sobre a importância de divulgar a ciência por meio da imprensa**. Dissertação. Campinas, SP: BCCL/ Unicamp, 2018.

OLIVEIRA, F. de. **Jornalismo Científico**. São Paulo: Contexto, 2002.

PENA, F. **Teoria do Jornalismo**. São Paulo: Editora Contexto, 2005

PORTO, M. P. Enquadramentos da mídia e política. In: RUBIM, A. A. (Org.) **Comunicação e política: conceitos e abordagens**. Salvador: EdUFBA, 2004

WOLF, Mauro. **Teorias da Comunicação de massa**. 2 ª edição. São Paulo: Martins Fontes, 2005.

RIOS, A. de O. *et al*. Jornalismo científico: o compromisso de divulgar ciência à sociedade – A comunicação entre jornalistas e pesquisadores e a responsabilidade social na disseminação de informações científicas. **Publicatio UEPG: Ciências Sociais Aplicadas**, [S. l.], v. 13, n. 2, 2009. Disponível em: https://revistas.uepg.br/index.php/sociais/article/view/2785.

SOARES, Murilo César. Análise de enquadramento. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antônio (orgs.). **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação**. São Paulo: Atlas, 2006.

O(s) autor(es) é (são) responsável(is) pela fidedignidade dos dados apresentados.

CASO JOSÉ CRISTIAN GÓES: OS SISTEMAS DE COMUNICAÇÃO, JURÍDICO E POLÍTICO NA PERSPECTIVA LUHMANNIANA

Jacqueline Alves de Oliveira[1]
Suzy Meiry Silva[2]
Valéria dos Santos Nascimento[3]

RESUMO

Este artigo objetiva fazer uma análise do caso José Cristian Góes. Uma crônica ficcional que se transforma em notícia, entra na agenda política brasileira e é julgada como crime. Na metodologia, usa-se a técnica Análise de Conteúdo. Como resultado, percebe-se que há conexões entre os sistemas de Comunicação, Jurídico e Político e as operações comunicacionais são explicadas a partir dos conceitos de Niklas Luhmann: complexidade, entorno, heterorreferência, autopoiese, acomplamento estrutural, fechamento operacional, improbabilidade.

Palavras-chave: Teoria de Sistemas; Sistema de Comunicação; Sistema Político; Sistema Jurídico.

JOSÉ CRISTIAN GÓES CASE: COMMUNICATION, LEGAL AND POLITICAL SYSTEMS FROM THE LUHMANNIAN PERSPECTIVE

ABSTRACT

This article aims to analyze the José Cristian Góes case. A fictional chronicle that becomes news, enters the Brazilian political agenda and is judged as a crime. In the methodology, the Content Analysis technique is used. As a result, it is clear that there are connections between the Communication, Legal and Political systems and communication operations are explained based on Niklas Luhmann's concepts: complexity, surroundings, heteroreference, autopoiesis, structural compliance, operational closure, improbability.[4]

Keywords: Systems Theory; Communication System; Political System; Legal System.

INTRODUÇÃO

A polissemia do termo ‘comunicação’ favorece a concepção de um grande número de abordagens teóricas e metodológicas que propõe explicar os fenômenos comunicacionais e os elementos relacionados a esses. Aos pesquisadores do campo cabe o exercício de identificar qual perspectiva se adequa mais à proposta de investigação pretendida, tarefa

[1] Mestranda do PPGCOM, FIC-UFG. E-mail: jacqueline@ufg.br.
[2] Doutoranda do PPGCOM, FIC-UFG. E-mail: suzyxmeiry@ufg.br.
[3] Doutoranda do PPGCOM, FIC-UFG. E-mail: valeria_santos@discente.ufg.br.
[4] Tradução livre.

que pode ser facilitada pelo conhecimento plural das teorias e dos métodos que se encontram na literatura.

Neste trabalho adota-se a visão de Niklas Luhmann, sociólogo alemão que propôs adotar a comunicação como o "operador central" de todos os sistemas sociais. Ao considerar o comunicacional como elemento fundamental para a existência de qualquer sistema, o autor se dedica a compreender essas estruturas, suas inter-relações e os papéis dos elementos que se articulam para garantir a sobrevivência dos organismos sociais. (Luhmann, 2005)

O pensamento de Luhmann é fortemente influenciado por pesquisadores de outras áreas do conhecimento, especialmente a biologia. Podemos destacar a contribuição da Teoria dos Sistemas de Parsons, biólogo, filósofo e sociólogo estadunidense que apontou a condição de dependência entre sistemas e indivíduos - ao passo em que o sistema condiciona o comportamento dos agentes individuais por meio de sua estrutura e regras próprias, é a ação desses indivíduos que viabiliza a existência do próprio sistema (Regatieri, 2019).

A Teoria da Autopoiese dos neurobiólogos chilenos Humberto Maturana e Francisco Varela também têm grande relevância na Teoria dos Sistemas Comunicacionais de Luhmann; os autores indicam que, dentro de um sistema, os indivíduos tendem a responder aos estímulos do meio de forma reativa, a partir da estrutura interna do sistema, sempre na intenção de garantir a sobrevivência deste por meio das adaptações necessárias. (Ghedin, 2021)

Luhmann chama este meio de *entorno*, possibilitando que a observação do processo comunicacional se baseie nas relações e irritações entre duas grandes esferas, o "Sistema" e o "Entorno". Os comportamentos das partes do sistema na intenção de se adaptar às necessidades que surgem constantemente em busca da sobrevivência derivam dos pontos de toque entre esses dois universos. Episódios como o caso do jornalista sergipano Cristian Góes, condenado no início dos anos 10, após escrever uma crônica ficcional sobre as relações de poder e o coronelismo brasileiro, podem ser analisados segundo essa lógica.

A crônica "Eu, o coronel de mim" foi publicada no *blog* pessoal de Góes em maio de 2012. Sem referenciar nomes, datas, locais ou outros elementos que caracterizariam alguma situação real, a narrativa é contada em primeira pessoa por um coronel fictício autoritário e egocêntrico, que elenca as vantagens obtidas por meio de violência e/ou abuso de poder

econômico ao explorar um povo carente e supostamente ignorante. Após a publicação, o então desembargador Edson Ulisses processou o jornalista alegando que o termo "jagunço das leis", presente no texto, se referia a ele:

> Ô povo ignorante! Dia desses fui contrariado porque alguns fizeram greve e invadiram uma parte da cozinha de uma das Casas Grande. Dizem que greve faz parte da democracia e eu teria que aceitar. Aceitar coisa nenhuma. Chamei um jagunço das leis, não por coincidência marido de minha irmã, e dei um pé na bunda desse povo. (Góes, 2012)

O episódio foi judicializado, tanto na esfera cível quanto na criminal, e Cristian Góes foi condenado a 7 meses de reclusão (revertidos em serviços comunitários), além do pagamento de uma indenização de vinte e cinco mil reais. A repercussão teve projeção nacional e internacional, mobilizando desde audiências públicas na Câmara dos Deputados até a elaboração de um dossiê entregue à Relatoria de Liberdade de Expressão da ONU. Deste modo, detalharemos a seguir alguns conceitos-chave da Teoria dos Sistemas Sociais e, posteriormente, apresentaremos o caso mencionado a partir da abordagem proposta por Luhmann.

REFERENCIAL TEÓRICO

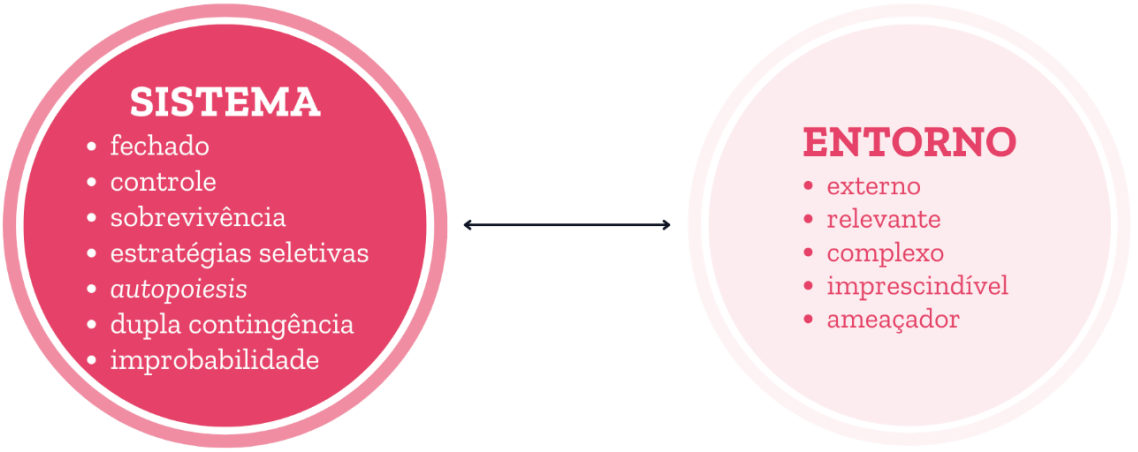
As grandes mudanças tecnológicas, sociais e econômicas ocorridas no século XX impactaram diretamente o campo científico. Surgem, neste contexto, por exemplo, os estudos da Cibernética e das condições de imprevisibilidade sistêmica, em direção oposta à visão racionalista, determinista e burocrática, predominante até então (Curvello; Scroferneker, 2008).

Ao passo em que novos elementos, recursos e necessidades são incorporados ao cotidiano, a realidade se torna cada vez mais multidimensional, complexa e heterogênea. "O pensamento complexo extrapola, portanto, os limites do pensamento linear, herdeiro de uma visão mecanicista do mundo". Luhmann define essa complexidade como "a totalidade dos possíveis acontecimentos e das circunstâncias e como processo que induz obrigatoriamente à seleção, o que significa ao mesmo tempo contingência e risco" (Curvello; Scroferneker, 2008, p.5 e 7).

Dada a dificuldade de mensurar com precisão o volume de camadas e de possibilidades que circundam as situações sociais, Luhmann mira seu interesse para a representação da realidade construída por cada indivíduo, referido por ele como 'observador'.

Tal construção ganha contornos inteligíveis a partir da diferença entre *sistema* e *entorno*, espaços em contato incessante, com características bem delimitadas, conforme demonstrado na figura 1 (Curvello; Scroferneker, 2008; Luhmann, 2005).

Figura 1 – Elementos principais de Sistema e Entorno segundo Luhmann

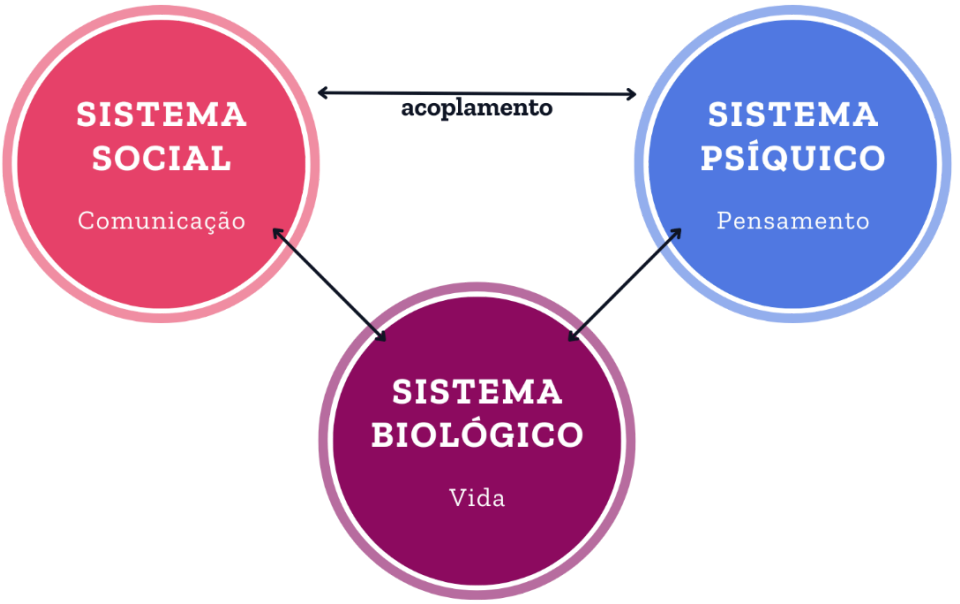


Fonte: Elaborado pelas autoras, com base em Luhmann (2005).

Se de um lado temos um *sistema* fechado, com regras próprias e claras a seus integrantes, tudo o que está externo a este limite compõe um *entorno* que o tensiona e ameaça sua estabilidade. Ainda que este relacionamento seja de constante *irritação*, ele é fundamental para que o sistema desenvolva mecanismos para se adaptar ao meio e progredir. Essa dinâmica é chamada *autopoiesis* por Luhmann, termo que vem da biologia e se refere à capacidade de, a partir da interação com elementos externos, realizar modificações internas intencionando a própria sobrevivência (Luhmann, 2005).

É importante considerar que diferentes sistemas coexistem – e desempenham o papel de entorno entre si a depender do ponto de vista do sujeito observador. Em situações onde essa relação é mais evidente e se observa uma dependência entre suas estruturas, tem-se o que Luhmann denomina *acoplamento estrutural*. O autor ilustra essa situação a partir do encadeamento entre três grandes esferas em que todo ator social está inserido: os sistemas social, psíquico e biológico (Figura 2) (Luhmann, 2005).

Figura 2 – Acoplamento estrutural básico dos Sistemas Sociais



Fonte: Elaborado pelas autoras, com base em Luhmann (2005).

A *comunicação* na visão luhmanniana é parte componente do sistema social. Para o autor, a organização sistêmica de uma sociedade, bem como seu desenvolvimento e evolução só é viável caso esteja estabelecida uma estrutura que permita a produção e a troca simbólica (Esteves, 1992). É interessante observar como os meios de comunicação são vistos por Luhmann, neste sentido:

> Sob o conceito de meios de comunicação devem ser compreendidas, de agora em diante, todas as instituições da sociedade que se servem dos meios técnicos de reprodução para a difusão da comunicação. Consideram-se aqui, principalmente, livros, revistas, jornais produzidos de forma impressa, mas também processos de reprodução fotográfica ou eletrônica de qualquer tipo, na medida em que fabriquem produtos em grande quantidade a um público indeterminado (Luhmann, 2005, p.16).

Luhmann identifica três grandes unidades que caracterizam sistemas próprios ao olhar para os meios de comunicação: 1) notícias e reportagens; 2) publicidade; 3) entretenimento. A este trabalho interessa particularmente o primeiro item, em que os *indivíduos* são observadores cognitivamente interessados na realidade em que se mostra, pelos *meios de comunicação,* atores influentes que elaboram informações e operam a partir de seletores próprios. Essas informações circulam no espaço da *esfera pública*, um

“médium” social geral que amplia o alcance das mensagens produzidas, causa irritabilidade na sociedade e aumenta a complexidade dos contextos de sentido. (Luhmann, 2005 e 2008)

Ainda que o gênero narrativo “crônica” não se qualifique como notícia ou reportagem, compreendemos que o texto do caso Cristian Góes é aderente a este sistema na presente análise, dados os desdobramentos que sucederam sua publicação e a discussão sobre liberdade de imprensa decorrente da condenação do autor. Outro aspecto considerado foi a própria profissão de Cristian, o jornalismo, na qual por vezes os profissionais compõe peças deste gênero literário, de modo a transitar entre as notícias e o entretenimento nas colunas da imprensa destinadas a este fim. São estas questões que figuram o objeto de análise deste estudo, como detalhado a seguir.

METODOLOGIA

Essa pesquisa é explicativa: faz uma análise do caso do jornalista José Cristian Góes a partir da Teoria de Sistemas do pesquisador Niklas Luhmann. A partir desse procedimento metodológico, utiliza a técnica análise de conteúdo como método secundário. “A AC, portanto, se configura como um gesto interpretativo da realidade, uma leitura de fenômenos comunicacionais que pode - e deve - conter abstrações e teorizações” (Cardoso; Monteiro, 2022, p. 105). Na coleta de dados, há dois momentos: fontes primárias e fontes secundárias. Para as fontes primárias, as publicações a partir da repercussão da crônica jornalística produzida pelo jornalista em 2012 (“Eu, o coronel em mim”). Para as fontes secundárias, os trabalhos acadêmicos, produzidos por estudantes, especialmente da área do Direito, sobre a judicialização realizada pelo desembargador Edson Ulisses de Melo, além da fundamentação central que é a Teoria de Sistemas do Luhmann, a partir de seus próprios escritos e de seus comentadores.

Como os autores Cardoso e Monteiro advertem que:

> “No processo de análise, que inclui tantos fatores, emerge uma leitura das muitas possibilidades de leitura gerada pelos indícios coletados (...), por isso a AC, (...) sempre se constitui como uma confluência de sentidos atribuídos por quem conduz a investigação com aqueles sociais do objeto, ou seja, compartilhados por grupos. Os contextos, portanto, são determinantes para os resultados” (Cardoso; Monteiro, 2022, p. 114).

Desse modo, para a organização do conteúdo coletado e para análise do caso, opta-se pela divisão em três sistemas, inspirada em Luhmann: Sistema Jornalístico, Sistema Jurídico e Sistema Político.

No período de 1º a 5 de agosto de 2024, a partir de uma busca no Google, documentos são localizados a partir do filtro "caso Cristian Góes e/ou liberdade de expressão" em sítios eletrônicos do Sistema Jornalístico (documentário, veículos de comunicação, entidades de classe, entre outros), do Sistema Jurídico (tribunais, faculdades de direito, escritórios de advocacia, entre outros) e do Sistema Político (casa legislativa federal, partido político, sindicato etc.). Paralelamente, a equipe de pesquisa entra em contato por *e-mail* com o jornalista Góes com o pedido de indicação de documentos essenciais para compreender o caso; o mesmo respondeu com a indicação de nove documentos (crônica, cartas de apoio de entidades, sentenças etc.). Dessa pesquisa, escolhem-se um total de 27 documentos textuais e em áudio: seis jornalísticos, quinze jurídicos e seis políticos. Como a crônica foi publicada em 29 de maio de 2012 e ainda há repercussão até os dias atuais, são considerados os documentos pela natureza de vínculo, isto é, relação com algum Sistema (Jornalístico, Jurídico ou Político) e não por cronologia.

No passo a passo da técnica da Análise de Conteúdo, na primeira etapa de pré-análise, escolhem-se os documentos supracitados e as categorias de análise que serão utilizadas nesta pesquisa, a partir da Teoria de Sistemas de Luhmann, acoplamento estrutural, irritação, autorreferencial, fechamento operacional, improbabilidade, dupla contingência e entorno. Na segunda etapa da exploração do material, a partir dos conteúdos presentes nos textos são extraídos os parágrafos e/ou as frases mais significativos que serão posteriormente explicados ou não à luz da teoria. Na terceira e última, para o tratamento dos resultados, a interpretação a partir do arcabouço teórico ajuda a compreender esse fenômeno comunicacional ou não, na perspectiva de Luhmann (Sousa; Santos, 2020; Valle; Ferreira, 2024).

ANÁLISE DO CASO CRISTIAN GÓES

Para a análise desse caso, esse tópico está dividido em três sistemas (Comunicação, Jurídico e Político). Apesar de ser um assunto relacionado ao Sistema Comunicação, ele

reverberou também nos Sistemas Jurídico e Político e trouxe repercussão nacional[5] e internacional[6] e solidariedade profissional[7], especialmente por envolver o tema liberdade de expressão. O jornalista sergipano José Cristian Góes foi condenado nas esferas cível e criminal (Sistema Jurídico) por crimes de honra (injúria e difamação) devido à publicação de uma crônica ficcional, publicada no *blog*[8] do portal de notícias local do Estado de Sergipe, Infonet, em 29 de maio de 2012.

Sistema Comunicação no caso Cristian Góes

Luhmann (2005) entende que o Sistema Comunicação é composto por três áreas de programação: Notícia | Reportagem, Entretenimento e Publicidade. Esse caso situa-se na área Notícia | Reportagem e envolve atividades relacionadas à profissão de jornalista.

De acordo com o código de ética da categoria, o jornalista tem como dever "divulgar todos os fatos que sejam de interesse público" e "lutar pela liberdade de pensamento e de expressão" e, para isso, conta com diferentes recursos de linguagem (Fenaj, 2007). Ao servir-se de uma crônica para denunciar um fato social e cumprir um dos papéis do jornalismo, o jornalista utiliza elementos da literatura para entreter e suavizar uma informação da realidade:

> Minha fazenda cresceu demais. Deixou os limites da capital e ganhou o estado. Chegou muita gente e o controle fica mais difícil. Por isso, preciso manter minha autoridade. Sou eu quem tem o dinheiro, apesar de alguns pensarem que o dinheiro é público. Sou eu o patrão maior. Sou eu quem nomeia, quem demite. Sou eu quem contrata bajuladores, capangas, serviçais de todos os níveis e bobos da corte para todos os gostos (Sintese,2012).

A realidade referenciada é a partir do que Luhmann (2005, p. 24-25) apresenta como uma construção particular do que o sistema comunicação observa do meio social, a partir do

[5] Em 2014, o jornal Le Monde Diplomatique Brasil enfatiza a questão do desequilíbrio e distorção sobre o conceito liberdade de expressão. O texto jornalístico demonstra uma preocupação sobre a ameaça à liberdade de expressão, destaca o apoio que Cristian Góes recebeu de entidades e denúncia formalizada na Comissão Interamericana de Direitos Humanos (CIDH) da OEA (Westrup, 2014).

[6] Em 2022, o *site* independente Intercept_Brasil fez uma reportagem intitulada "Assédio Judicial: denuncie um juiz na imprensa e vá à falência (se não for preso)". Com um dos subtítulos 'Jagunço das Leis", traz o caso do processo do desembargador Edson Ulisses de Melo no Tribunal de Justiça de Sergipe (TJ-SE) contra o jornalista. (Felizardo, 2022).

[7] No relatório do Repórter Sem Fronteiras (RSF), de janeiro de 2013, há um parágrafo sobre o assunto: *"In the northeastern state of Sergipe, José Cristian Góes is the target of both civil and criminal proceedings in connection with a short piece of fiction that he posted on his blog in May 2012. It mocked the nepotism and corruption of local politicians but mentioned no names or dates and did not elicit any legal action from Sergipe governor Marcelo Dedá."* (RSF, 2013, p. 4).

[8] A crônica não está mais disponível no portal Infonet. Há apenas o *link* do *blog* Cristian Góes: https://infonet.com.br/categoria/blogs/cristian_goes/.

conjunto interno de referências e modos de operação próprios. Há, assim, "o duplo sentido da realidade, enquanto operações que realmente ocorrem, isto é, operações observáveis, e enquanto realidade da sociedade e seu mundo, produzidos dessa forma".

Ao considerar os elementos característicos do Sistema Comunicação para selecionar informações, observa-se o que Luhmann caracteriza como autorreferência. Ao mesmo tempo, ao selecionar um tema de outro sistema, no caso, do Sistema Político, e trazê-lo ao Sistema Comunicação, é observada a heterorreferência. "Os temas são necessidades das quais a comunicação não pode se desviar. Eles representam a heterorreferência da comunicação" (2005, p. 30).

O Sistema Comunicação necessita se autorreforçar com uma repetição dos conteúdos informativos. Assim, a crônica de Góes só faz sentido porque antes, na imprensa, foram veiculados os fatos aos quais fez referência de forma subjetiva. O que também caracteriza a autorreferência do sistema. A autorreferência às situações já tratadas antes contribui para a construção da realidade e da memória. Por meio dos temas relevantes, ou tornados relevantes para a sociedade devido à repetição, é que a memória social vai sendo constituída pelos meios de comunicação.

O jornalista Góes publicou a crônica em um *blog*, um meio de comunicação possível a partir da expansão da Internet, no final do século XX, assim caracteriza-se como *autopoiese*, ou seja, a capacidade adaptativa dos sistemas, ao observar o entorno e se reorganizar operacionalmente, utilizando sua criatividade interna para se manter atuante na sociedade (Luhmann, 2005).

Sistema Jurídico no caso Cristian Góes

O tema da crônica é político (Sistema Político), entretanto gerou irritação no Sistema Jurídico. O Sistema Judiciário observou uma crítica à atuação de um de seus membros no trecho da crônica que diz: "Chamei um jagunço das leis, não por coincidência marido de minha irmã, e dei um pé na bunda desse povo" (Sintese, 2012).

Esse trecho da crônica significou para o Sistema Jurídico, inicialmente, uma irritação no sentido luhmanniano, pelo fato ter sido tematizado pelo Sistema Comunicação, levando o Sistema Jurídico à visibilidade social. Posteriormente, por se tratar de uma crítica ao Sistema Jurídico, um desembargador que se reconhece como a figura à qual o jornalista faz referência

na crônica, recorre ao Sistema[9] do qual faz parte para ter seu direito reconhecido, qual seja, conforme alega, o de defesa de sua honra de injúria e difamação.

O caso alcançou outros entes do Sistema Jurídico, a exemplo do Ministério Público de Sergipe, que denuncia criminalmente o jornalista Góes, em janeiro de 2013, por conta de sua crônica ficcional sobre o coronelismo. O MP propõe o pagamento de três salários mínimos ou o cumprimento de três meses de prestação de serviços à comunidade. "A transação penal, uma espécie de confissão do crime, foi recusada pelo jornalista. (...) A audiência foi acompanhada na parte externa por movimentos sociais, sindicais, religiosos e partidários, que reivindicavam o respeito à liberdade de expressão e o direito de comunicação" (PCdoB, 2013).

[9] Em setembro de 2012, o escritório de advocacia Vila-Nova de Carvalho Advogados Associados faz duas petições iniciais (uma destinada à vara cível e outra, à criminal) com ação de indenização por danos morais contra José Cristian Góes. "A matéria, para longe de se albergar na liberdade de expressão, nada mais passa do que abuso de tal exercício, chegando ao ponto de desmoralizar e banalizar a garantia constitucional, manchada por atitudes soezes como a de que se trata, inflada de conteúdo maldoso, insinuativo, desrespeitoso e subliminar em desprezo à honra e à dignidade do Requerente." (Vila-Nova de Carvalho Advogados Associados, 2012). "Por isso mesmo, o Representante persegue a intervenção do Estado-juiz, representando o Representado para fins de responder criminalmente pelos excessos praticados" (*Ibidem*, 2012).

Esse relacionamento entre os Sistemas Comunicação e Jurídico[10] pode ser interpretado à luz do Luhmann com o conceito acoplamento, devido a comunicações sucessivas através das operações do Sistema Jurídico: abertura do processo, audiência, decisão em primeira instância, recursos, apelações em instâncias jurídicas internas do Brasil (o caso foi julgado também pelo Supremo Tribunal Federal - STF) e externa (Organização dos Estados Americanos - OEA).

Percebe-se também o fechamento operacional do Sistema Jurídico pela forma como a comunicação acontece, sempre por meio de documentos protocolados por advogados que representam as partes, por serem estes conhecedores das leis, normas e regras a serem seguidas dentro do sistema quanto a prazos, modelos de documentos, linguagem, fluxos, procedimentos, entre outros.

Em audiência pública, na Comissão de Legislação Participativa da Câmara dos Deputados (Sistema Político), sobre o tema "Processo de Judicialização da Censura no Brasil", em 2013, o conselheiro federal da Ordem dos Advogados do Brasil (OAB) dissertou sua opinião sobre o caso Góes:

[10] Cientificamente, o caso Góes serviu de base de estudos para alguns pesquisadores do Direito. Veja algumas conclusões:

a. Essas decisões descabidas ferem por completo o direito fundamental de liberdade de pensamento, uma vez que se tratou de judicialização da censura, vedada expressamente pelo ordenamento jurídico interno, seja em sede de legislação constitucional, seja em sede de legislação internacional, pela vigência de supralegalidade do Pacto de San José, no ordenamento jurídico do país (Strasser; Strasser Filho, 2019, p. 78).
b. Além do claro cerceamento à liberdade de expressão, a condenação de Cristian Góes é inconstitucional, indo de encontro a decisões do Supremo Tribunal Federal acerca do tema. Nesse sentido, expôs o ministro Celso de Mello nos autos da Reclamação nº 1524334, onde ele lembra da Declaração de Chapultepec, quando enfatizou que uma imprensa livre é condição "fundamental para que as sociedades resolvam seus conflitos e promovam o bem-estar e protejam sua liberdade, não devendo existir, por isso mesmo, nenhuma lei ou ato de poder que restrinja a liberdade de expressão". O ministro, ainda afirmou que para uma sociedade fundada em bases democráticas, é intolerável aceitar repressão estatal ao pensamento, principalmente quando a crítica seja inspirada pelo interesse coletivo e "decorra da prática legítima de uma liberdade pública de extração eminentemente constitucional (CF, art. 5º, IC, c/c o art. 220). (Moura; Marques, 2015, p. 14).
c. É importante lembrar que ao promulgar uma Constituição democrática o Brasil definiu de forma inconfundível a igualdade entre todos os cidadãos. Portanto, exercer a liberdade de expressão, a liberdade cultural, a liberdade religiosa, a liberdade política, enfim, os diversos tipos de liberdade existentes, é um direito que deve ser resguardado, protegido de intervenções tendenciosas e falácias. É inescusável que ao exercer a manifestação do pensamento tenha-se a plena consciência de que nenhum indivíduo possui a obrigatoriedade de entrar em concordância com tais convicções. Não há de se ter dúvidas que as pessoas não carecem de ideologias iguais, não têm a mesma linha de raciocínio. Todavia, um ponto chave precisa unir todo o corpo social: o respeito. Destarte, a sociedade deve deter a compreensão de que não é possível a existência de uma democracia sem liberdade, visto que ela e a individualidade são primordiais à vida humana (Pereira, *et al*., 2019, p. 7).

> (...) Nós temos que procurar preservar a liberdade de imprensa, a liberdade de livre acesso e difusão da informação, manifestação do pensamento e harmonizá-lo com os direitos também das pessoas à sua intimidade, à sua privacidade e à sua honra. Esse vai ser nosso eterno objetivo: saber conciliar essas duas vertentes. Eu acho que a liberdade de expressão não pode encontrar cerceamento e, não obstante, ela não é absoluta e, quando houver abuso, que se resolva isso com uma eventual ressociabilização posterior ainda que de cunho pecuniário para uma reparação de danos, mas você fazer isso previamente isso se configuraria certamente censura e nós retroagiríamos vinte anos de nossa História, trinta anos, e nos colocaríamos novamente em Estado de exceção, nos parece que não é isso que nossa sociedade quer e acreditamos que o lugar correto de discussão desse limite seja o Congresso Nacional. Hoje pontualmente havendo uma discussão por óbvio é o juiz que tem que decidir e nós não podemos tirar isso do juiz, mas quem impõe os limites, as regras que serão aplicadas pelo juiz é o Congresso Nacional (...) (Medeiros, 2013).

Na mesma audiência supracitada, o desembargador Henrique Nelson Calandra, na época - 2013, presidente da Associação dos Magistrados Brasileiros - AMB, declara em sua fala:

> (...) É, por isso, que eu digo a cada jornalista com quem eu falo: que cada jornalista, atrás da sua, atrás de seu birô, atrás de sua mesa, ele também é um juiz dos fatos, porque uma notícia mentirosa, uma notícia mal escrita, uma notícia tendenciosa pode destruir a vida de alguém ou de muitas pessoas (...). A pessoa acaba tendo muitas vezes um julgamento através da mídia e ela praticamente está condenada. Quer dizer, sua honra está destruída (...). Se nós cumprirmos as leis do país, se nós respeitarmos o indivíduo que está do outro lado que pode ser criticado (...). O seu direito termina quando começa o direito de seu semelhante. (...) Eu sei que o Cristian talvez não tenha tido a intenção de ofender: uma crítica de natureza política, né, mas talvez o Ayres Britto e nossos amigos lá do cordel, eles conseguiriam passar por essa ponte sem causar dano a ninguém. (...) Nós não queremos a carta patente da verdade. (...) Hoje nem o jornalista tem a garantia, deputado, de que ele possa exercer a profissão dele com dignidade, com garantia, com possibilidade. (...) O que me preocupa e muito é que, nesses vinte e cinco anos de Constituição, nesses cento e vinte e quatro de República, quando a gente abrir a cortina do 15 de novembro, nós possamos estar de mãos dadas, todos nós (OAB, Jornalismo, Parlamento, jornais, empresas de comunicação, para construir um Brasil realmente livre, mas um Brasil com responsabilidade (...) (Calandra, 2013).

O encaminhamento do caso no Sistema Jurídico surpreende, é uma improbabilidade que se torna probabilidade. Normalmente, como explica Luhmann (2005, p. 55), “Pode-se errar e, ocasionalmente chegar-se a relatos falsos, mas isso é normalmente explicado. Os atingidos têm o direito de exigir uma correção”. Normalmente, o sistema comunicação seria acionado para corrigir a informação, dar igual espaço de resposta, mas não a realizar pagamentos ou prestação de serviço comunitário.

Sistema Político no caso Cristian Góes

A crônica “Eu, o coronel em mim” é de temática política, o que pode ser percebido no uso dos termos “homem democrático”, “democracia de fachada”, “povo”, “direitos”, “que o dinheiro é público”, “reivindicações”, “eleições”, “vota em mim”, “vota em quem eu mando”.

O acionamento desse tema promoveu o acoplamento estrutural entre o Sistema Comunicação e o Sistema Político, por meio da linguagem, na forma de uma crônica. O Sistema Comunicação se beneficiou da repercussão da informação e o Sistema Político teve ganhos de visibilidade.

> O acoplamento considera o fechamento operacional e a relação com o ambiente a partir dos mecanismos internos de operação do sistema. Assim como a diferença entre ele e o ambiente é produzida pelo próprio sistema, as relações que este estabelece com o ambiente também são resultados dessas operações internas (Luhmann, 2011 *apud* Gomes, 2016).

Essa crônica e suas repercussões alcançaram também o Sistema Político não somente pela natureza de seu conteúdo. Ela serviu de pauta ao deputado federal Chico Alencar[11] (PSOL/RJ), em 2013, com pedido de audiência pública sobre o processo de judicialização da censura no Brasil e convite para a participação do jornalista Cristian Góes e representantes da Federação Nacional dos Jornalistas (Fenaj) e da Associação dos Magistrados Brasileiros (AMB).

> A judicialização, nova modalidade de repressão aos meios alternativos de informação e crítica política, voltada, mormente, contra o chamado espaço da blogosfera, onde jornalistas, críticos, articulistas e escritores em geral manifestam-se livremente sem as amarras dos grandes veículos de comunicação e suas chefias de edição, tem por estratégia silenciar os blogs por meio de condenação de seus autores ao pagamento de valores indenizatórios altíssimos (Câmara dos Deputados, 2013, p.4 - 5).

Como é de conhecimento do senso comum, a Política está presente em todos os espaços sociais, pessoas se aliam a grupos de diversas naturezas para defender interesses

[11] “Entendo que devemos estar do lado aqui da liberdade de expressão e todos que somos pessoas públicas (artistas, lideranças de entidades, dirigentes sindicais, detentores de mandatos) somos pessoas politicamente expostas, pagamos um ônus por isso. (...) Muita gente deu a vida pra se ter essas liberdades democráticas ainda muito insuficientes no Brasil. (...) porque o Brasil tem uma tradição de oligarquia, aristocracia, patrimonialismo, patriarcalismo muito arraigada que até mesmo hoje, com 124 anos de República, reaparece aqui ou ali no Parlamento, no Legislativo, portanto, no Judiciário, nos Executivos, em algumas gerências, inclusive de meios de comunicação de massa, a mentalidade autoritária, mandonista é muito forte, mora dentro da gente (...)” (Alencar, 2013).

sociais, políticos, econômicos e culturais junto a seus pares[12]. No caso do jornalista Góes, ao longo dos anos, várias entidades mobilizaram-se em torno dessa pauta:

Fenaj, 2014:

> Presidentes, diretores ou ex-diretores de entidades jornalísticas e jurídicas, representados pela Federação Nacional dos Jornalistas (Fenaj), Sindicato dos Jornalistas de Sergipe (Sindijor-SE), Ordem dos Advogados do Brasil (OAB), seção Sergipe e nacional, reuniram-se para discutir como uma das pautas os processos judiciais contra jornalistas sergipanos, especialmente a condenação de Góes, ex-presidente do Sindicato. Após decorridos dois anos de judicialização, percebe-se uma movimentação política do jornalista com representações profissionais e políticas da categoria não só no Sistema Jornalístico, mas também no Sistema Jurídico.

SJSP, 2014:

> Entidades publicam nota de repúdio ao posicionamento do Supremo Tribunal Federal (STF) que nega pedido de revisão à condenação do jornalista Cristian Góes. “Todas as entidades e pessoas físicas que assinam essa nota entendem essas reiteradas ações do Poder Judiciário, em nível estadual e federal, como um atentado ao exercício da cidadania, da liberdade de expressão e de uma verdadeira justiça que não oprima o pensamento e sim garanta as condições de igualdade para a manifestação das mais diferentes opiniões, exercício basilar de qualquer sociedade democrática.

Artigo 19 e Intervozes, 2015[13]:

> O principal objetivo desta denúncia, portanto, é demonstrar que o Estado brasileiro desrespeitou a Convenção Americana sobre Direitos Humanos ao condenar a vítima penalmente por injúria contra funcionário público em decorrência de uma crônica literária ficcional por meio de um processo judicial controverso e de cunho político (...). Para tanto, requer-se que seja declarada a admissão da presente denúncia, como também reconhecida a violação da Convenção Americana de Direitos Humanos com a consequente responsabilização do Estado brasileiro pelos danos à vítima em razão da: restrição ilegítima à liberdade de expressão da vítima, inadequação da legislação brasileira aos padrões interamericanos para a proteção proporcional ao direito à reputação, ausência de devido processo legal e desproporcionalidade da restrição à liberdade de expressão por meio de processo criminal que condenou o Sr. GÓES. A fim de sanar as violações, também é solicitado a esta Corte que se recomende ao Estado brasileiro a revisão de seu marco legal sobre as hipóteses legítimas de restrição à liberdade de expressão de forma a adequá-lo aos padrões interamericanos, a revogação dos dispositivos penais de difamação, calúnia,

[12] Em outubro de 2014, o Artigo 19 divulga o documentário “Eu, o coronel em mim” como um produto audiovisual da campanha Solte Sua Voz para discutir a descriminalização de crimes contra a honra em defesa da liberdade de expressão. No enredo, a história de Góes e mais dois jornalistas com histórias parecidas; há depoimentos também de um blogueiro e dois advogados. (Artigo 19, 2014).

[13] Em outubro de 2023, a *Comisión Interamericana de Derechos Humanos* (CIDH) divulga o Relatório no 279/23, referente à Petição 825-15, sobre o caso José Cristian Góes realizado pelo Intervozes e Artigo 19 em 2015. A decisão foi: admitida petição em relação aos artigos 8 (garantias judiciais), 9 (princípio de legalidade e não retroatividade), 13 (liberdade de pensamento e expressão) e 25 (proteção judicial), artigos 1.1 (obrigação de respeitar os direitos) e 2 (dever de adotar disposições de direito interno) (CIDH, 2023).

> injúria e desacato que são utilizados pelo Judiciário para criminalizar comunicadores e indivíduos em geral, a criação de um espaço permanente de discussão com a sociedade civil durante as tratativas sobre a Reforma do Código Penal, além de que tome medidas provisórias e preparatórias para a nova legislação.

CNDH, 2018:

> O Conselho Nacional de Direitos Humanos (CNDH) publica uma moção em defesa da liberdade de expressão como um direito a ser assegurado e usufruído por todos os cidadãos no país. Fala sobre os desafios em termos de concentração de propriedade midiática, violência contra comunicadores, restrições a veículos comunitários e processos judiciais para ameaçar comunicadores. "Nesse sentido, o Conselho manifesta preocupação com punições rigorosas que possam intimidar os que usam a liberdade de expressão para veicular conteúdos críticos, a exemplo do caso do jornalista sergipano Cristian Góes, atualmente em grau de recurso, condenado a 07 meses e 16 dias de prisão (pena revertida em prestação de serviços à comunidade) e ao pagamento de R$ 30 mil, por ter escrito um texto ficcional sobre o coronelismo".

A partir das explanações, além do acoplamento estrutural, nota-se, nesse Sistema Político, uma busca por pautas de outros sistemas para existirem e fundamentarem-se em sua ação política, a exemplo de categorias profissionais e entidades defensoras de direitos.

> *En primer lugar, la forma derechos humanos opera de forma autorreferente con relación a las heterorreferencias de los sistemas y elementos, cumpliendo con la función de mantener el interés sobre el valor comunicativo de humanidad como punto de partida constante de la relación. Dicho punto de partida supone un alto grado de reflexibilidad si se aborda desde el punto de vista de las paradojas*[14] *(MARÍN, 2021).*

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste manuscrito, fez-se uma análise do caso do jornalista José Cristian Góes a partir da perspectiva da Teoria dos Sistemas de Luhmann. Na visão luhmanniana, com a centralidade do aspecto comunicacional, a teoria contribui para a análise e a compreensão de fenômenos sociais que envolvem a relação de diferentes sistemas da sociedade. Nesse caso, opta-se pela divisão de três sistemas: Comunicação, Jurídico e Político.

A teoria ajuda a visualizar o Sistema Comunicação e fazer uma seleção na realidade social de um tema do Sistema Político que se relaciona com o Sistema Jurídico e irritar, como consequência, os Sistemas Político e Jurídico em âmbito local, nacional e internacional. Segundo Luhmann, "não há nenhum tema que, segundo sua natureza, não seja apropriado

[14] Em primeiro lugar, a forma dos direitos humanos opera de forma autorreferencial em relação às heterorreferências dos sistemas e elementos, cumprindo a função de manter o interesse no valor comunicativo da humanidade como ponto de partida constante da relação. Este ponto de partida supõe um elevado grau de reflexividade se for abordado do ponto de vista dos paradoxos. (Tradução livre).

para o tratamento dos meios de comunicação". Destaca ainda que, "no controle de sua própria seletividade, os meios de comunicação são autônomos" (2011, p. 50). Assim, o tema política é trazido à tona pelos meios de comunicação cotidianamente e produz irritação no Sistema Social.

Pela perspectiva estruturalista de Sistemas, demonstram-se as conexões previsíveis e imprevisíveis que atuam em diferentes sistemas do meio social e o processo ininterrupto de operações comunicacionais intrínsecas aos sistemas e extrínsecas entre os sistemas da sociedade que são entorno um(uns) para o(s) outro(s). "No caso dos sistemas sociais, a comunicação e a rede de comunicações, formada no interior do sistema, constituem o elemento fundamental para a autorreprodução e são por ele responsáveis" (Gomes, p. 227 *apud* Luhmann, 2011).

Luhmann ajuda a compreender os sistemas organizacionais e a relação desses com outros sistemas a partir de conceitos próprios como autoidentificação, heteroidentificação, fechamento operacional, autonomia autopoiética, linguagem, irritação, improbabilidade e acoplamento estrutural. Nas palavras de Gomes (2016, p. 227), "o sistema, para Luhmann (2011), se relaciona com o meio circundante através do acoplamento estrutural. O acoplamento considera o fechamento operacional e a relação com o ambiente a partir dos mecanismos internos e operação do sistema. Assim como a diferença entre ele e o ambiente é produzida pelo próprio sistema, as relações que este estabelece com o ambiente também são resultados dessas operações internas".

Entretanto, a teoria não consegue responder aspectos microssociais que impactam a Comunicação entre sujeito e sistema ou sujeito e sujeito. No caso comunicacional da crônica jornalística do Cristian Góes, existiram várias situações conflitantes que se desmembraram a partir de sua publicação e perpassaram por questões como: reputação profissional do jornalista; relações políticas, econômicas e sociais de poder no Estado de Sergipe; relações de influência do Góes no meio político (movimentos sociais, entidades profissionais e instituições partidárias) e atual criminalização de crimes de honra, difamação e injúria no Brasil. Por isso, outras teorias da Comunicação as quais centralizem a subjetividade e outros aspectos socioculturais possam responder a lacunas desse estudo.

REFERÊNCIAS

ALENCAR, José. [Deputado Federal]: Audiência Pública na Comissão de Legislação Participativa. Brasília: Câmara dos Deputados, 2013. Disponível em: https://imagem.camara.gov.br/internet/audio/Resultado.asp?txtCodigo=46495. Acesso em 05 ago.2024.

ARTIGO 19. **Documentário "Eu, o coronel em mim"**. 2014. 1 vídeo (12min07seg). Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=BWqd7oa-O0s. Acesso em 05 ago.2024.

ARTIGO 19 América do Sul; Intervozes. **Denúncia sobre as violações à Convenção Americana sobre Direitos Humanos cometidas contra José Cristian Góes pelo Estado Brasileiro (República Federativa do Brasil)**. [2015]. Documento encaminhado por José Cristian Góes. Destinatário: Valéria dos Santos Nascimento. Brasília, 1o de agosto de 2024. 1 mensagem eletrônica.

Brasil pode ser condenado por órgão internacional por ter violado liberdade de expressão de jornalista. [2024]. Disponível em: https://intervozes.org.br/brasil-pode-ser-condenado-por-orgao-internacional-por-ter-violado-li berdade-de-expressao-de-jornalista/. Acesso em 05 ago.2024.

CALANDRA, Henrique Nelson. [Desembargador]: Audiência Pública na Comissão de Legislação Participativa. Brasília: Câmara dos Deputados, 2013. Disponível em: https://imagem.camara.gov.br/internet/audio/Resultado.asp?txtCodigo=46495. Acesso em 05 ago.2024.

Câmara dos Deputados. **Requerimento no 78/2013 | Deputado Chico Alencar (PSOL/RJ)**. Requer a realização de Audiência Pública, na Comissão de Legislação Participativa, para discutir o tema "O processo de judicialização da censura no Brasil". Brasília: Câmara dos Deputados, 2013. Disponível em: https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/prop_mostrarintegra?codteor=1124027. Acesso em 05 ago. 2024.

CARDOSO, Everton; MONTEIRO, Maria Clara Sidou. Análise de Conteúdo: perspectivas teóricas e metodológicas no campo da Comunicação. *In*: WOTTRICH, Laura (coord.); ROSÁRIO, Nísia Martins do. **Experiências Metodológicas na Comunicação**. São Paulo: Pimenta Cultural, 2022. Cap 4, p. 103 - 122.

CIDH - *Comisión Interamericana de Derechos Humanos*. **Relatório no 279/23, Petição 825-15**: Relatório de Admissibilidade, José Cristian Góes, Brasil. [2023]. Disponível em: https://www.oas.org/pt/cidh/decisiones/2023/BRAD_825-15_PT.PDF. Acesso em 05 ago.2024.

CNDH - Conselho Nacional dos Direitos Humanos. **Moção em defesa da liberdade de expressão**. Brasília: CNDH, 2018. Disponível em: https://www.gov.br/mdh/pt-br/acesso-a-informacao/participacao-social/conselho-nacional-d

e-direitos-humanos-cndh/mocoes-e-notas/mocao-em-defesa-da-liberdade-de-expressao. Acesso em 05 ago.2024.

ESTEVES, João Pisarra. apresentação ao livro de LUHMANN. **Niklas-A improbabilidade da Comunicação–Lisboa: Vega-Passagens**, 1992.

FELIZARDO, Nayara. **Assédio Judicial: denuncie um juiz na imprensa e vá à falência (se não for preso)**. [2022]. Disponível em: https://www.intercept.com.br/2022/05/09/assedio-judicial-denuncie-juiz-na-imprensa-falen c ia/. Acesso em 05 ago.2024.

FENAJ - Federação Nacional dos Jornalistas. **Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros**. Vitória: FENAJ, 2007. Disponível em: https://fenaj.org.br/wp-content/uploads/2014/06/04-codigo_de_etica_dos_jornalistas_brasi l eiros.pdf. Acesso em 05 ago.2024.

Fenaj e OAB pedem audiência com presidente do STF sobre o caso Cristian Góes. [2014]. Disponível em: https://fenaj.org.br/fenaj-e-oab-pedem-audiencia-com-presidente-do-stf-sobre-o-caso-cristi a n-goes/. Acesso em 5 ago.2024.

GHEDIN, Evandro. A epistemologia de Humberto Maturana e suas implicações à formação de professores para o ensino de ciências. **Polyphonia**. v. 32, n. 1, 2021. Disponível em: https://revistas.ufg.br/sv/article/view/67402. Acesso em set. 2024.

GOMES, Victor Márcio Laus Reis. Uma leitura comunicacional da estratégia nas organizações. **Galaxia** (São Paulo, online), ISSN 1982-2553, n. 33, set.-dez., 2016, p.226-238. http://dx.doi.org/10.1590/1982-25542016225456. Acesso em 05 ago.2024.

LUHMANN, Niklas. **A realidade dos meios de comunicação**. São Paulo: Paulus, 2005.

__. **Introdução à teoria dos sistemas**. Petrópolis: Vozes, 2011.

MARÍN, Joaquín Andrés Gallego**. Derechos Humanos: Paradoja de la incomunicabilidade comunicada en el Sistema Del Derecho**. Tesis (Doctorado en Derecho). Faculdad de Derecho - Universidad Libre, Bogotá, 2021.

MEDEIROS, Pedro Paulo Guerra de. [Conselheiro Federal da OAB - GO]: Audiência Pública na Comissão de Legislação Participativa. Brasília: Câmara dos Deputados, 2013. Disponível em: https://imagem.camara.gov.br/internet/audio/Resultado.asp?txtCodigo=46495. Acesso em 05 ago.2024.

Ministério Público denuncia jornalista por texto ficcional. [2013]. Disponível em: https://pcb.org.br/portal2/4256. Acesso em 05 ago.2024.

MOURA, Ana Raira Valverde; MARQUES, Verônica Teixeira. **Liberdade de expressão em foco: o julgamento polêmico de Cristian Góes**. Artigo Científico (Trabalho de Conclusão de Curso - TCC em Direito). Universidade Tiradentes - UNIT, Aracaju, 2019.

PEREIRA, Juliana Ervilha Teixeira et al. A problematização da liberdade de expressão na mídia social. **Revista Científica Doctum: Direito**. Caratinga. v. 1, n. 3, p. 1-8, 2019. ISSN: 2594-9969.

Reporters Without Borders (RSF). **Journalism under the sway of the "colonels"**. *In*: The country of thirty berlusconis. Brazil: January, 2013.

Sindicato dos Jornalistas Profissionais do Estado de São Paulo (SJSP). **Movimentos repudiam decisão do STF que condena jornalista sergipano**. [2014]. Disponível em: https://sjsp.org.br/movimentos-repudiam-decisao-do-stf-que-condena-jornalista-sergipano/. Acesso em 05 ago.2024.

SINTESE - Sindicato dos Trabalhadores em Educação Básica do Estado de Sergipe. **Eu, o coronel em mim**. Aracaju: Sintese, 2012. Disponível em: https://sintese.org.br/blogs-e-colunistas/cristian-goes/eu-o-coronel-em-mim/. Acesso em 05 ago.2024.

SOUSA, José Raul de; SANTOS, Simone Cabral Marinho dos. Análise de conteúdo em pesquisa qualitativa: modo de pensar e de fazer. **Pesquisa e Debate em Educação**, Juiz de Fora: UFJF, v. 10, n. 2, p. 1396 - 1416, jul. - dez. 2020. ISSN 2237-9444. DOI: https://doi.org/10.34019/2237-9444.2020.v10.31559.

STRASSER, Francislaine de Almeida Coimbra; STRASSER FILHO, Rangel. "O efeito de censura" no caso Góes. *In*: GOMES, Magno Federici; LOURENÇO, Claudia Luiz (coord.). **Direito penal, processo penal e constituição**. Florianópolis: CONPEDI, 2019. cap 4, p. 62 - 80.
VALLE, P. R. D.; FERREIRA, J. de L. Análise de Conteúdo na perspectiva de Bardin: contribuições e limitações para a pesquisa qualitativa em Educação. 2024. *In SciELO Preprints*. https://doi.org/10.1590/SciELOPreprints.7697.

Vila-Nova de Carvalho Advogados Associados. **Petição inicial | Vara Cível (Outorgante Edson Ulisses de Melo)**. [2012]. Documento encaminhado por José Cristian Góes. Destinatário: Valéria dos Santos Nascimento. Brasília, 1o de agosto de 2024. 1 mensagem eletrônica.

___. **Petição inicial | Vara Criminal (Representante Edson Ulisses de Melo)**. [2012]. Documento encaminhado por José Cristian Góes. Destinatário: Valéria dos Santos Nascimento. Brasília, 1o de agosto de 2024. 1 mensagem eletrônica.

WESTRUP, Ana Carolina. **Caso Cristian Góes: Desequilíbrio e distorção da liberdade de expressão.** [2014]. Disponível em: https://diplomatique.org.br/caso-cristian-goes-desequilibrio-e-distorcao-da-liberdade-de-ex p ressao/. Acesso em 05 ago.2024.

As autoras são responsáveis pela fidedignidade dos dados apresentados.

PRÁTICA COMUNICACIONAL DO JORNALISMO NA UNIVERSIDADE: UM "PROCESSADOR COMUNICACIONAL" EM BUSCA DE DEFINIÇÃO

Carolina Abbadia Melo[1]
Luiz Signates[2]

RESUMO

O estudo adota a teorização de José Luz Braga sobre os "processadores comunicacionais" como base teórica metodológica para analisar a diversificação do jornalismo no ambiente acadêmico. Em diálogo com o verbete "jornais universitários", sustenta duas proposições: primeiro, o "jornalismo universitário" deve ser compreendido de maneira independente de outras noções da área; segundo, é crucial definir sua própria concepção para evitar equívocos tanto conceituais quanto nas práticas comunicacionais.

Palavras-chave: Jornalismo; Jornalismo universitário; Processadores comunicacionais.

COMMUNICATIVE PRACTICE OF JOURNALISM AT THE UNIVERSITY: A 'COMMUNICATIVE PROCESSOR' IN SEARCH OF DEFINITION

ABSTRACT

The study adopts José Luz Braga's theorization of 'communication processors' as the methodological theoretical basis to analyze the diversification of journalism in the academic environment. In dialogue with the entry 'university newspapers,' it supports two propositions: first, 'university journalism' should be understood independently of other notions in the field; second, it is crucial to define its own conception to avoid both conceptual and communicational practice misunderstandings.

Keywords: Journalism; University Journalism; Communicative Processors.

1 INTRODUÇÃO

Entre as noções utilizadas para compreender o fenômeno da prática profissional do jornalismo nas universidades, as mais requeridas são as de "jornalismo institucional" e, por outro lado, de "jornalismo científico". A primeira diz respeito a uma prática jornalística - e que, portanto, respeita os princípios da apuração, clareza e veracidade -, planejada estrategicamente em conformidade com os objetivos institucionais e integrada ao marketing, visando à promoção da imagem institucional e ao engajamento de públicos específicos. O

[1] Jornalista na Secretaria de Comunicação (Secom) da Universidade Federal de Goiás (UFG) e doutoranda no Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGCOM) da UFG. E-mail: carolina.melo@ufg.br
[2] Pós-Doutor em Epistemologia da Comunicação (Unisinos), doutor em Ciências da Comunicação (USP), mestre em Comunicação (UnB). Pesquisador Produtividade 2, do CNPq. E-mail: signates@ufg.br

jornalismo científico, por sua vez, é reconhecido como um tipo de jornalismo especializado que processa informações de ciência, tecnologia e inovação, para torná-las mais acessíveis ao público ampliado (Kunsch, 2003; Bueno, 2009; Tôzo, 2024). Entretanto, tais conceituações, acionadas separadamente ou até mesmo em conjunto, não conseguem abranger em completude a competência comunicacional que se processa na ambiência universitária, resultando em uma lacuna conceitual.

O exercício do jornalismo nas universidades adquiriu contornos próprios e, portanto, específicos, que compõem sua identidade e caracterizam a "forma" de seu jornalismo, sua maneira de ser. Entender essa especificidade e dar reconhecimento ao fenômeno é essencial para que a compreensão de sua prática comunicacional não seja equivocada. Se as noções usuais não alcançam de forma adequada às particularidades desse jornalismo, busca-se um direcionamento mais adequado.

De forma intuitiva, dirige-se para a concepção de "jornalismo universitário" como caminho para se entender a prática jornalística. No entanto, a partir do levantamento da literatura acadêmica do campo da Comunicação[3], observa-se que não há estudos que engendram e, portanto, formalizam o conceito, o que, consequentemente, induz à utilização imprecisa e pouco criteriosa do termo, promovendo equívocos aproximativos entre práticas comunicativas diversas, tendo como pano de fundo a inconsistência do conceito.

A noção de "jornalismo universitário" - assim como de "jornais universitários" e "telejornalismo universitário" - ora é utilizada para referenciar a prática pedagógica exercida por jornais-laboratórios em universidades e faculdades ou o exercício do jornalismo por acadêmicos ainda em formação[4] (Venturini, 2016; Bacco, 2010) - sendo essa utilização a mais frequente - e ora para reportar a prática profissional do jornalismo nas universidades (Teixeira, 2010; Fernandes Neves, Stecca, Coleta, 2022; Stecca, Fernandes Neves, Mainieri, 2024). A imprecisão do conceito ou a sua aplicação negligente pode desencadear a compreensão inadequada pelo público comum e até mesmo habilitado sobre uma prática

[3] Levantamento realizado a partir das pesquisas acadêmicas depositadas na Biblioteca Digital de Teses e Dissertações (BDTD) nacional; por meio da plataforma de inteligência artificial (AI) ResearchRabbit; e também pelo acesso aos trabalhos científicos realizados pelos jornalistas que trabalham no ambiente universitário.

[4] Percebendo a problemática, para a escrita do verbete "jornais universitários" publicado em 2021 no livro "Tópicos em jornalismo: redação e reportagem", organizado por Angela Zaim e Reges Schwaab, os jornalistas Everton Cardoso e Felipe Ewald, editores do Jornal da Universidade (JU) da UFRGS, pontuaram a sua diferença em relação aos jornais-laboratórios.

profissional na área do jornalismo consolidada dentro das universidades e que, essa sim, pode ser delimitada por meio da concepção “jornalismo universitário”.

Dispondo-se a encontrar um caminho teórico e metodológico para o entendimento da especificidade do jornalismo nas universidades, alinha-se à perspectiva de José Luiz Braga e sua teorização sobre a “comunicação gerativa” e sobre os “processadores comunicacionais”. O objetivo é traçar um caminho mais criterioso para construção e consolidação da concepção de “jornalismo universitário”[5] a partir do exercício profissional do jornalismo no espaço acadêmico.

2 UM PROCESSADOR COMUNICACIONAL EM FORMAÇÃO

O processador comunicacional, teorização proposta por José Luiz Braga (2022; 2023), é compreendido como uma unidade de variação da dinâmica comunicacional na práxis social e, como tal, possibilita revelar a composição do processo e processamento comunicativo, “que oferece instrumental, procedimentos e padrões aos participantes sociais como bases comuns para uma variedade (...) de gestos comunicacionais” (2023, p. 9).

> Um processador de grande abrangência, com alto grau de estabilidade dinâmica – possivelmente o primeiro que caracterizou a espécie humana (ressalvadas as hipóteses da modulação e da gestualidade) – é a linguagem oral. A seu lado, a escrita e as línguas gestuais são igualmente processadores muito abrangentes (Braga, 2023, p.9).

De acordo com Braga (2023), qualquer ação voltada para objetivos definidos de interação pode gerar processadores comunicacionais e isso ocorre quando a interação obtém alguma estabilidade e se torna socialmente disponível e é utilizada para desencadear novas ações com fins comunicativos. Portanto, há uma diversidade de processadores na prática social. São observados em composições interligadas de linguagem, meios, ambientes de interação, estratégias consolidadas, contextos e até mesmo no processamento de práticas profissionais.

O conceito leva em conta a prática comunicativa fomentada para responder a uma demanda ou urgência específica e que, de alguma forma, se estabilizou e pode ser replicada

[5] Trabalho em andamento no doutorado pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGCOM) da Universidade Federal de Goiás (UFG), na linha de pesquisa Mídia e Cidadania.

e transformada socialmente. São, portanto, os gestos comunicativos selecionados ao agirem sobre determinado contexto (Braga, 2023).

Embora sejam extraordinariamente plurais, os processadores têm aspectos em comum: eles são criados a partir de gestos e ações comunicacionais que são manifestadas e selecionadas para atender a demandas específicas, processando novos gestos. Além disso, "operam como um contexto social", ou seja, um ambiente onde as pessoas compreendem suas lógicas e interagem em uma atividade compartilhada, utilizando referências, perspectivas, procedimentos e métodos que orientam a interação. Ou seja, eles oferecem um elemento de estabilidade (Braga, 2023).

Sem essa estabilidade:

> a cada ocorrência de uma interação os participantes estariam sempre improvisando processos de atividade em comum – reduzindo sua possibilidade de acerto. (...) Essa estabilidade, porém, não implica redução da flexibilidade humana para a diversificação. A possibilidade do "novo" se mantém na forma de plasticidade para ajustes em situações e urgências enfrentadas. (Braga, 2023, p.11)

Um processador, portanto, é gerado comunicacionalmente e continuamente, como tentativas e, inclusive, a partir de tentativas anteriores de comunicação. Resultam de experiências complexas de comunicação e são constantemente sujeitos a reajustes e redirecionamentos e, portanto, diversificação. Ao lançar a teorização dos "processadores comunicacionais" às pesquisas da área, Braga (2023, p. 12) ressalta que seu objetivo não é criar uma categorização unificada para os processos empíricos da Comunicação. Em vez disso, ele propõe "uma heurística para descobrir, em cada caso específico, as singularidades do enfrentamento do desafio[6], as variações propostas e as seleções ocorrentes, assim como a especificidade dos agentes e suas lógicas próprias".

Levando-se em conta que os processadores comunicacionais são gerados na práxis social, busca-se centrar o olhar em uma específica: aquela desenvolvida e elaborada a partir da prática profissional do jornalismo e ambientada em uma instituição definida, ou seja, nas instituições de ensino superior brasileiras.

[6]"O desafio comunicacional para a práxis social se caracteriza pela pluralidade e pela imprevisibilidade – conforme exposto por Arendt. Esse problema, abrangente nas condições sempre em transformação de seu enfrentamento, oferece base para uma perspectiva heurística de conhecimento sobre a comunicação. Temos aí um ângulo de observação sobre os processos sociais para esquadrinhar a realidade social em busca de respostas aos problemas relacionados" (Braga, 2023, p. 6).

3 DIVERSIFICAÇÃO GERATIVA DO JORNALISMO NO ESPAÇO UNIVERSITÁRIO

Ao se atentar para a inconsistência da concepção “jornalismo universitário” na literatura acadêmica, direciona-se para o entendimento do processo comunicacional que melhor possa ser definido a partir dessa terminologia, lançando o olhar para o jornalismo profissional exercido no ambiente universitário. Ao não se manifestar apenas enquanto “jornalismo institucional” - caracterizado pela veiculação informativa de aspectos positivos e sem contradições das instituições - e também ultrapassar o que se entende de “jornalismo científico”, o jornalismo profissional exercido nas universidades pode ser compreendido como um processador comunicacional, de acordo Braga, entretanto, ainda não nomeado adequadamente (Braga, 2022, p. 116; Braga, 2023; Kunsch, 2003; Bueno, 2009; Tôzo, 2024).

Nesse sentido, a perspectiva adotada é a de que a prática comunicacional e profissional do jornalismo exercido nas universidades adquiriu *status* de processador comunicacional ao apresentar contornos específicos e regulares dentro da área do jornalismo, sendo este também um processador. Dito de outra forma, o jornalismo que se exerce dentro do espaço acadêmico institucionalizado é mais uma diferenciação de um processador comunicacional, o jornalismo, que se estabilizou e se replica numa prática singular às outras, tais como o jornalismo institucional e o jornalismo científico, por exemplo. E sua diferenciação ocorreu para responder a um problema específico, uma urgência comunicacional. Conforme Braga (2022, p.119; 2023, p.10), “ao acionar um determinado processador, os participantes sociais fazem sua comunicação funcionar dentro das lógicas deste, mas a dinâmica da diversificação continua a ser exercida em processo de reajuste”. A geração de um processador, explica Braga, é fruto do trabalho da diversidade, é “comunicacionalmente desenvolvido como seletor de estratégias e gerador de variações” a serviço da “eficácia interacional e da continuidade gerativa”.

A teorização de Braga em diálogo com a práxis específica - o jornalismo particularizado ainda não reconhecido como tal - ilumina para a capacidade generativa e auto-organizativa do próprio processador comunicacional, para além da dinâmica comunicativa que o originou. Ou seja, um processador é capaz de criar outro, seja de forma auto-gerativa (quando dentro de suas próprias lógicas observa-se variação e especialização), ou em diálogo com outros contextos sociais (quando as lógicas internas promovem variação e diversificação a partir da interação com ambientes sociais diversos). E essa capacidade

muito se deve a sua estrutura flexível, comunicacionalmente constituída. Ou seja, os processadores:

> funcionam como moldes flexíveis, ou condensações de táticas, para produção constante de processos comunicacionais. Ainda que as variações produzidas mostrem um parentesco entre si, por seu desenvolvimento dentro das macrológicas de um mesmo processador, podem se desenvolver em direções e com objetivos muito diversos. (Braga, 2022, p. 116)

"A comunicação se mantém como dinâmica básica", podendo "redirecionar o próprio processador na medida em que o exerce", e se define pelos problemas que enfrenta. E, na realidade social, tais problemas são específicos e pontuais e acionadores de processos e processadores comunicacionais. "A comunicação começa antes, como necessidade, levando à invenção de gestos e processos pelos quais as próprias linguagens se estabelecem, as estratégias se selecionam e os meios se desenvolvem" (Braga, 2022, p. 113).

4 CAMADAS DA DIVERSIFICAÇÃO DO PROCESSADOR JORNALISMO

O jornalismo pode ser definido como a atividade profissional e a expertise comunicacional de coleta de dados-informações-enunciados, apuração e verificação, análise, escrita (linguagem) e de disseminação de informações de interesse público e do público por meio das diversas mídias, tais como jornais, revistas, rádio, televisão e internet. O objetivo principal do jornalismo é informar o público, fornecendo-lhe fatos precisos, verificados e relevantes para que possam formar suas próprias opiniões sobre os acontecimentos (Lage, 1999; Traquina, 2012).

Para a teoria democrática[7], "o jornalismo é visto como um serviço público em que as notícias são alimento de que os cidadãos precisam para exercer os seus direitos democráticos" e, portanto, trata-se de uma prática comunicacional que deve equipar os "cidadãos com ferramentas vitais [a informação] ao exercício dos seus direitos e voz na expressão das suas preocupações" (Traquina, 2012, p. 126, 130-131, grifo meu). Essa definição ainda hoje orienta o polo "ideológico" ou "intelectual" e identitário da prática

[7] Não entra-se aqui no debate, necessário, da Economia Política sobre o Jornalismo, a partir da perspectiva comercial da prática do jornalismo, que compreende as notícias no universo das mercadorias. A atenção se volta, em vez disso, para a abordagem enquanto princípio, portanto, essencialmente ideológico do conceito (Traquina, 2012).

profissional na área do Jornalismo (Traquina, 2012, grifo meu) e tem uma intrínseca relação com o conceito de comunicação pública, que, de acordo com Koçouski (2012):

> é uma estratégia ou ação comunicativa que acontece quando o olhar é direcionado ao interesse público, a partir da responsabilidade que o agente tem (ou assume) de reconhecer e atender o direito dos cidadãos à informação e participação em assuntos relevantes à condição humana ou vida em sociedade. (Koçouski, 2012, p 92)

A prática profissional se organiza em torno de códigos, princípios éticos e normas, que apesar das variações, geralmente incluem elementos da "verdade", "precisão", "objetividade", "imparcialidade", "independência" e "responsabilidade". A lógica própria da práxis se estabelece a partir de padrões e critérios que orientam o tratamento da informação (produção da notícia) e a sua disseminação. Os procedimentos padronizados da produção das notícias[8], por exemplo, dialogam com os critérios de noticiabilidade, com a sistematização e os valores-notícias. A primeira diz respeito aos critérios que elegem, entre uma infinidade de acontecimentos, alguns para se tornarem notícias. A sistematização diz respeito à rotina produtiva que envolve a produção da pauta, do texto jornalístico e a edição. E os valores-notícia são uma espécie de senso do ethos profissional sobre o que é notícia e que responde a pergunta: "quais acontecimentos são considerados suficientemente interessantes, significativos e relevantes para serem transformados em notícias?". Portanto, são parâmetros de relevância e importância distribuídos por todo o processo de produção (seleção, recomposição e distribuição) (Wolf, p. 202, 2005; Pena, 2005; Traquina, 2012).

Como todo processo comunicacional, o jornalismo tem ampla capacidade gerativa e diversificadora e é capaz de promover variações dentro de suas próprias lógicas - como ocorre na manifestação do jornalismo especializado, em específico do jornalismo científico - e também em diálogo com outros contextos sociais - como é o caso do jornalismo institucional.

Diferente do jornalismo generalista, que aborda uma ampla gama de temas e acontecimentos cotidianos, o especializado requer um conhecimento mais profundo de áreas específicas, tais como ciência, economia, saúde, esportes, cultura, política, entre outros, e exige a capacidade de traduzir informações complexas para o público geral (Lage, 2004; Pena, 2018). Inserido nesta definição, o jornalismo científico se dedica à cobertura de temas relacionados à ciência, tecnologia e inovação e visa informar o público sobre as

[8] Identificadas pela Teoria do Jornalismo, por meio da Teoria do Newsmaking (Wolf, 2005)

descobertas científicas, os avanços tecnológicos e as pesquisas e suas implicações para a sociedade. Ou seja, promove a mediação entre a comunidade científica e o público em geral, tornando compreensíveis informações complexas e técnicas para o público amplo (Rios et al, 2023; Bueno, 2011; 2010).

O "jornalismo institucional", por sua vez, não é tipicamente classificado como "jornalismo especializado", uma vez inserido no âmbito organizacional e institucional. Ainda que utilize técnicas e padrões jornalísticos, seu foco principal é a comunicação institucional, e não a análise aprofundada de um tema específico ou setor da sociedade, característica distintiva do jornalismo especializado. Ou seja, sua atuação se insere dentro de estratégias de comunicação que visam construir e manter a imagem positiva da instituição junto aos seus públicos-alvo. Portanto, está mais alinhado às estratégias das relações públicas e marketing e menos ao jornalismo na sua forma tradicional de reportar os fatos de acordo com os princípios da imparcialidade e da objetividade, já que reflete os interesses da instituição. Sendo assim, pode-se dizer que o jornalismo institucional é uma forma de comunicação institucional, parcial e com objetividade limitada (Kunsch, 2003; Lage, 1999; Pena, 2018).

Já o jornalismo profissional exercido nas universidades - principalmente públicas - brasileiras fica no limbo entre as duas noções de jornalismo - o científico e o institucional. Interessante notar que ambas as noções se constituem a partir de categorias de análise distintas e de abordagens divergentes das práticas jornalísticas, mas, ainda assim, são acionadas para se entender a prática do jornalismo no ambiente acadêmico institucionalizado. Embora sejam conceitos que não se inserem em mesmas categorias de análise e apresentam aspectos divergentes, ambos - jornalismo científico e institucional - conseguem ser percebidos como processadores comunicacionais, assim como o jornalismo diferenciado do espaço universitário, afinal são resultados de ações comunicacionais elaboradas para atender demandas específicas e que estabilizaram e consolidaram estratégias. Utiliza-se, portanto, a perspectiva dos processadores comunicacionais para compreender o caminho de diferenciação e estabilização específico do jornalismo profissional nas universidades, de forma a diferenciá-lo de outras noções em busca de sua própria conceituação.

Isso é possível devido a proposição abrangente da comunicação dos processadores, que lança o olhar não apenas para a linguagem, os meios ou o ambiente, mas sim para o

entendimento de como determinado processador, com características singulares, foi gerado e o que se permite fazer com o processamento específico da comunicação. Ou seja, não é a busca pelos efeitos, mas pelos processos. “Não se dispensa a observar o que foi gerado, como foi gerado, e o que essa geração permite processualmente, mantendo sua diversidade”[9].

Mesmo que a investigação se concentre no processamento da comunicação e nos modos específicos do jornalismo produzido no âmbito das universidades, também busca identificar suas lógicas e funções próprias, observando o que se mostra estabelecido, ou seja o processador em estado de “código”. Afinal, como observa Braga (2023), “tais estudos podem ser úteis para conhecer um contexto social dado, como elemento auxiliar no conhecimento das dinâmicas comunicacionais” (Braga, 2023, p. 15).

5 DIMENSÕES DA ANÁLISE EMPÍRICA

Um processador comunicacional é elaborado para responder a uma demanda específica, com objetivo definido de interação e pressupõe a existência de um contexto social compartilhado, onde os participantes compreendem suas lógicas e funções, e utilizam as mesmas referências, perspectivas, procedimentos e métodos. A dinâmica comunicativa tem como base as estratégias, regras, agentes, modos de seleção e ações sobre contextos específicos - e essa completude dialoga com as tendências de transformação e estabilização. O processo também se exerce pelas linguagens existentes e pela geração de novas, quando necessário, e pelos meios. Os meios, por sua vez, envolvem funcionalidades, ofertas, possibilidades, lógicas de circulação (Braga, 2017; 2022; 2023). Toda essa compreensão sobre os processadores comunicacionais fornece suporte para se construir um caminho de observação da práxis social e de cenários empíricos da comunicação.

Levando-se em conta a identificação de como se gera, ou como foi gerado, um processador comunicacional, é fundamental identificar seus agentes sociais centrais (participantes centrais) e observar ou investigar as seguintes dimensões da prática empírica:

[9] Fala de José Luiz Braga sobre o texto “Teorias Intermediárias: uma estratégia para o conhecimento comunicacional” (Matrizes, v. 14, nº 2 maio/ago. 2020 São Paulo: ECA/USP, p.101-117) no primeiro semestre de 2024, durante a aula de Epistemologia do Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGCOM) da Universidade Federal de Goiás (UFG).

a) O processador comunicacional existe para responder quais problemas ou demandas específicas?

b) Qual objetivo partilhado, ou objetivos, do processo comunicacional?

c) Quais estratégias elaboradas pela dinâmica comunicativa para atingir o objetivo(s)?

d) Quais regras, normas, princípios foram elaborados e são partilhados pela comunidade de participantes (contexto social definido)?

e) Há instrumentos, procedimentos, métodos, padrões, critérios e modos de seleção elaborados pelo processo comunicativo? Quais?

f) Quais características de sua linguagem?

g) Quais são os contextos interacionais desencadeados pelo processo de comunicação? E ações sobre contextos?

h) Quais os meios? Eles envolvem quais funcionalidades, ofertas, possibilidades, lógicas de circulação?

O roteiro de questões fornece um direcionamento para a análise empírica, no sentido a se desvendar o que é específico, as características singulares e diferenciadoras, de um processador comunicacional, como é o caso do jornalismo profissional no ambiente acadêmico institucionalizado. Afinal, desvendar o que é próprio do "jornalismo universitário", suas lógicas próprias, é o interesse da investigação.

É importante levar em conta, com ajuda de Braga (2023), que os agentes do processo comunicacional "respondem" pelo grupo. "Os participantes individuais se mostram mais por sua semelhança nas perspectivas do grupo do que por suas diferenças. A semelhança do conjunto é o que caracteriza o ´participante coletivo´ e seus gestos de participação" (Braga, 2023, p.14). No caso de um processador profissional, o participante coletivo central são os profissionais da expertise comunicacional, ou seja, os jornalistas envolvidos e participantes da produção do "jornalismo universitário", ainda que sua prática pressupõe outros interlocutores.

6 DIÁLOGOS REFLEXIVOS: A INVENÇÃO SOCIAL OU O COLETIVO DE PENSAMENTO DE JORNALISTAS

Os aspectos e as características definidoras de um processo comunicacional são identificados fundamentalmente no campo e por meio da investigação empírica criteriosa[10], com o uso de metodologia e métodos adequados e um *corpus* de análise definido, capaz de garantir o entendimento do fenômeno. De forma preliminar, no entanto, alguns apontamentos podem ser realizados e são promissores para o avanço da reflexão sobre as peculiaridades do que pode vir a ser denominado de "jornalismo universitário".

Ao propor a investigação de um processo comunicacional, entende-se que ele ocorre em vários níveis, inclusive no processo de construção de conhecimento. Afinal, como bem observa Ludwik Fleck (2010, p. 81-82), "o processo de conhecimento não é o processo individual de uma 'consciência em si' teórica; é o resultado de uma atividade social". Em outras palavras, o conhecimento é essencialmente comunicativo, sendo historicamente e culturalmente construído.

Portanto, "todo trabalho científico é trabalho coletivo. Em primeiro lugar, todos os motivos do andamento das ideias são oriundos de ideias coletivas" (Fleck, 2010, p. 84). Nesse sentido, a identificação da lacuna, ou ao menos da inconsistência, da concepção "jornalismo universitário" só foi possível a partir do ambiente de debates e reflexões gerado pelos encontros com certa regularidade entre editores dos "jornais universitários". Em particular, os encontros remotos envolveram representantes da Universidade Federal de Goiás (UFG), Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS) e da Universidade Federal do Pará (UFPA) - Jornal da UFG, Jornal da Universidade (JU), Jornal Beira do Rio -, e foram promovidos pelo então editor do JU, Everton Cardoso[11]. Originalmente realizadas com o propósito de produzir reportagens em conjunto a partir do ano de 2020[12], as reuniões passaram a se concentrar também, ao longo do ano de 2023, no debate acadêmico sobre a área de atuação dos jornais universitários.

Esses encontros, descritos por José Luiz Braga como a "invenção social: a gerativa criativa de variações como gesto comunicacional diante de urgências da práxis ou a serviço

[10] E essa investigação está sendo elaborada pela autora deste artigo, jornalista que atua na produção e edição do Jornal UFG e que está vinculada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGCOM) da Universidade Federal de Goiás (UFG), no grau de doutorado.

[11] Jornalista, servidor da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS) e atualmente no cargo de secretário de Comunicação da instituição.

[12] Inicialmente os encontros eram realizados entre os editores da UFRGS e da Universidade Federal do Pará (UFPA). A partir do ano de 2022, a Universidade Federal de Goiás (UFG) começa a participar dos encontros.

de projetos relevantes, no trabalho da diversidade humana"[13], podem ser entendidos também a partir da perspectiva do que Fleck (2010) chama de "coletivo de pensamento", que se trata de uma "comunidade das pessoas que trocam pensamentos ou se encontram numa situação de influência recíproca de pensamentos" (p. 82) e que "existe logo que duas ou mais pessoas trocam ideias" (p.87):

> Um mau observador é aquele que não percebe como uma conversa animada de duas pessoas leva a um estado em que cada uma delas manifesta ideias que não seria capaz de produzir sozinha ou em outra companhia. Surge uma atmosfera particular, que nenhum dos envolvidos consegue captar sozinho, mas que volta quase sempre logo que duas pessoas se encontram. A duração maior desse estado gera, a partir de uma compreensão comum e de mal-entendidos mútuos, uma formação de pensamento que não pertence a nenhum dos dois, mas que faz todo sentido. Quem é seu portador e autor? O pequeno coletivo de duas pessoas. Quando um terceiro a eles se une, ele faz a atmosfera anterior desaparecer e com ela a força criativa particular do coletivo anterior; nasce um novo coletivo de pensamento (FLECK, 2010, p. 87)

O coletivo de pensamento, ou a invenção social, estabelecido pelo grupo de editores[14] dos jornais universitários focou, naquele momento[15], na compreensão da própria práxis. Durante um dos encontros, foi sugerida a leitura compartilhada do verbete "jornais universitários", elaborado por Everton Cardoso e Felipe Ewald, ambos jornalistas da UFRGS e envolvidos na produção do Jornal da Universidade (JU), e que havia sido publicado em livro da área de Jornalismo[16].

Embora o propósito aqui seja o de contribuir com as reflexões sobre o que pode vir a ser chamado de "jornalismo universitário"- e não apenas "jornais universitários" -, a análise do verbete proposto na ocasião descrita torna-se uma ponte de diálogo relevante, uma vez inserido na abrangência da prática profissional do jornalismo nas universidades. Elaborada por dois jornalistas imersos na ambiência investigada, a escrita do verbete se situa no espaço da formação identitária de uma prática - que se constitui pelos valores, ideias ou crenças - e no propósito da constituição de um senso do *ethos* profissional. A sua análise permite inferências preliminares e, portanto, necessárias de aprofundamento, sobre os objetivos do processo comunicacional; sobre alguns princípios e valores elaborados; e sobre contextos

[13] Escrita por José Luiz Braga em um diálogo avaliativo sobre a proposta deste artigo.

[14] Em especial, a autora deste artigo, as jornalistas Kharen Stecca (UFG), Rosyane Rodrigues (UFPA), e Everton Cardoso (UFRGS).

[15] Ao longo dos encontros periódicos entre o segundo semestre de 2023 e o primeiro semestre de 2024.

[16] ZAIM, Angela, SCHWAAB, Reges. Tópicos em jornalismo: redação e reportagem. Santa Catarina: Insular, 1ª edição, 2021

interacionais e a ação sobre eles, sendo esses três tópicos elencados no roteiro de perguntas da dimensão empírica aqui proposta. Também é possível perceber, pela análise do verbete, o esforço dos autores em relacionar a prática às noções de jornalismo especializado – científico; comunicação institucional - jornalismo institucional; e comunicação pública.

a) Objetivos do processo comunicacional; ações sobre contextos interacionais; princípios e valores elaborados

Ao traçar os objetivos do que chamam de "veículo de comunicação pública"[17], os autores trazem elementos que coadunam com a compreensão de um tipo de jornalismo que se direciona principalmente aos temas específicos e a um setor da sociedade:

> esses periódicos utilizam-se de formatos como reportagens, perfis, entrevistas e artigos para tratar de *temáticas ligadas às atividades das universidades - notadamente o ensino, a pesquisa e a extensão* –, mas também tendem a trazer assuntos mais gerais da *atualidade que interessem às comunidades a que se dirigem – estudantes, técnicos e professores* ligados às instituições, prioritariamente, bem como a *comunidade externa*. (Cardoso, Ewald, 2021, p. 187, *grifos meus*)

De acordo com o verbete, os jornais tendem a adotar uma escrita jornalística mais aprofundada sobre os conteúdos e contextos. Com base na produção desses jornais[18] e no diálogo estabelecido com seus jornalistas[19], essa compreensão se avoluma quando os autores explicam qual é o propósito da prática, compartilhado entre os próprios agentes do processo:

> É recorrente entre esse grupo (...) a pretensão de conectar a ciência, a universidade e a sociedade, divulgando a produção acadêmica, o que realça o objetivo de se constituir fonte confiável de informações sobre as instituições de ensino superior. Também sinalizam como objetivos fazer a divulgação da ciência em linguagem acessível, tratar temáticas *com abordagem mais aprofundada* e perene e promover o debate de ideias e a reflexão crítica sobre temas de interesse da sociedade. (Cardoso; Ewald, 2021, p. 187-188, *grifo meu*)

---

[17] "Veículos" esses que se inserem na abrangência da noção em construção de "jornalismo universitário".

[18] "Beira do Rio (UFPA, Belém), o Conexão UFRJ (Rio de Janeiro), o Jornal UFG (Goiânia), o Jornal da Unicamp (Campinas), o Jornal da USP (São Paulo) e o Jornal da Universidade (UFRGS), Porto Alegre)" (Cardoso, Ewald, p.187, 2021)

[19] Diálogo realizado para a produção da reportagem "Jornais universitários pautam debates na sociedade e vão além da divulgação", assinada pelas jornalistas Anna Ortega e Bárbara Lima, e publicada em 24 de setembro de 2020 no Jornal da Universidade. Link da matéria: https://www.ufrgs.br/jornal/jornais-universitarios-pautam-debates-na-sociedade-e-vao-alem-da-divulgacao/ . Último acesso em outubro de 2024.

Portanto, delimitam o objetivo da comunicação ao aprofundamento temático e ao setor específico. E, ainda mais interessante, iluminam para uma dimensão bastante específica, particular, do processo comunicacional. Ao fazerem isso, entrelaçam essa dimensão a outros objetivos e problemas, igualmente específicos. É possível apreender essa dimensão e objetivo, específicos da práxis, quando os autores elencam entre os "potenciais desses veículos"[20] a "formação de uma comunidade partilhada", ao estabelecerem "relações comunicacionais mais duradouras e constantes com o público", que, num determinado sentido, não é apenas público-leitor, mas também fonte de informação[21] (Cardoso; Ewald, 2021):

> Uma dimensão importante da relação com o público leitor é que os corpos docente, discente e técnico das universidades desempenham diversos papéis nesse processo: são fontes de pauta; são fontes de informação no processo de reportagem, oferecendo seus pontos de vista sobre acontecimentos e temáticas por meio de opiniões, depoimentos e análises desenvolvidas em entrevistas; e são disseminadores do conteúdo veiculado junto a suas redes de contatos e interesses. Sendo assim, é como se esses jornais trabalhassem "com" a comunidade e ao mesmo tempo "para" ela (no sentido de tomá-la como grupo de leitores e leitoras imaginados) e "sobre" ela (ainda que não exclusiva ou diretamente). (Cardoso, Ewald, 2021, p.189)

O contexto particular, de acordo com Cardoso e Ewald (2021), acarreta enfrentamento à prática profissional do jornalista que, no seu ambiente de atuação, depara-se com um tipo de relacionamento próprio do âmbito institucional, mediado por cargos e posições dos sujeitos envolvidos. A prática profissional, portanto, precisa agir sobre esse contexto de forma a garantir a autonomia de sua produção:

> o que faz com que o processo de produção jornalística possa ser atravessado por relações de força e pelo poder exercido pela hierarquia. É necessário, por isso, que a equipe jornalística esteja atenta a essas contingências e as tenha em conta durante os processos produtivos - e que a gestão superior garanta a independência da equipe. (Cardoso, Ewald, 2021, p. 190)

Cardoso e Ewald (2021) apresentam também outro desafio muito específico da produção desse jornalismo, que diz respeito ao tratamento adequado das temáticas que são

[20] No caso dos "jornais universitários", mantidos financeiramente pelas instituições de ensino superior (Cardoso, Ewald, 2021) .

[21] Ainda que assumem como público-leitor a sociedade, de uma forma geral, entre seus públicos está também a comunidade acadêmica, formada por docentes, discentes e técnicos. O espaço para articulistas e colunistas dos "jornais universitários", por exemplo, é ocupado pelas fontes especialistas de docentes e pesquisadores da instituição.

de interesse de uma tríade: instituição de ensino, comunidade acadêmica (discentes, docentes e técnicos) e sociedade. O tratamento das temáticas, portanto, segundo os autores, deve ser "equacionado pelas publicações" e irá refletir "na definição de pautas e abordagens" (p. 190).

Com o suporte da noção de comunicação pública e da defesa do interesse público, os autores elencam entre os objetivos dos "jornais universitários", muitos deles inseridos no serviço público, a prestação de contas à sociedade[22]:

> também servem como forma de prestação de contas à sociedade, pois tratam tanto de informações mais concretas - como ações e atividades - quanto de uma ideia mais difusa do impacto da academia enquanto ambiente de reelaboração, organização e convivência de diferentes formas de saberes sobre o mundo a partir da abordagem do conhecimento científico (Cardoso, Ewald, 2021, p. 189).

Vinculados a uma universidade, segundo o verbete, os "jornais universitários" se beneficiam do prestígio da instituição de ensino superior e concretizam essa relação por meio da partilha de seus valores e ideais, entre eles, o aprofundamento e a pluralidade de pontos de vista. Ao compartilhar os mesmos valores, os jornais acabam "contribuindo para a formação da imagem pública da instituição de ensino superior", e isso caracteriza "pois, um empréstimo de mão dupla que torna essa relação *bastante singular*" (Cardoso, Ewald, 2021, p. 190-191, *grifo meu*).

b) Entre a comunicação institucional, o jornalismo especializado e a comunicação pública

Por ainda não existir uma formalização abrangente de sua prática no campo de conhecimento, o jornalismo exercido pelos meios, como os jornais universitários, tende a ficar na encruzilhada de bases conceituais ainda que não alcançam a sua especificidade em completude. Embora lancem luz à compreensão desse jornalismo, ao relatarem a atuação dos jornais universitários e, em especial, ao iluminarem sobre os aspectos da práxis bastante particulares, Cardoso e Ewald (2021) também dialogam com as noções da comunicação

[22] Interessante aqui notar que a prestação de contas também está no cerne da atuação do jornalismo científico. Para se ter ideia, a primeira pesquisa identificada no Brasil sobre a temática - sendo ela a tese de Wilson da Costa Bueno, defendida em 1984 - já falava sobre essa função de prestação de contas, quando discutia o relacionamento conflitante entre jornalistas e cientistas na prática do jornalismo científico: "os cientistas acusam os seus colegas de imprensa de superficialidade, de inexatidão, de sensacionalismo; os jornalistas retrucam, denunciando a prepotência, o hermetismo, e o pouco interesse dos homens de ciência em prestar contas à coletividade do trabalho que ela financia" (Bueno, 1984, p. 41).

institucional, do jornalismo especializado - científico, e com as noções de comunicação pública.

Por exemplo, em um dos trechos do verbete, ao afirmarem que os veículos "fogem do que se costuma chamar de jornal 'de gabinete' ou 'chapa branca'", uma vez voltados mais para o ideal e os valores que a instituição universitária representa do que para a sua gestão, posicionam os jornais universitários como ferramentas das relações públicas: "Consistem em ferramentas de construção de imagem institucional, servindo como veículos de relações públicas concretizados por projeto, técnicas e produções que os inserem no campo jornalístico" (Cardoso, Ewald, 2021, p. 188). Por sua vez, em outro trecho, valorizam a autonomia do veículo em relação à gestão institucional, inclusive, por meio de regimentos próprios, equipe exclusiva e formalização de documentos com objetivos e valores aprovados em instâncias universitárias superiores:

> Como cada instituição de ensino tem uma estrutura organizacional própria, os jornais universitários estão vinculados a setores com organogramas e status diferentes em geral denominados assessorias, coordenadorias ou secretarias de comunicação. Em razão disso, a estrutura de produção, o formato, o prestígio e o grau de autonomia dessas publicações podem variar significativamente. Alguns indícios de autonomização com relação à gestão institucional são a existência de equipe dedicada exclusivamente, regimento próprio, conselho editorial, ombudsman ou a publicação de documentos que versem sobre o projeto, seus objetivos e valores, além de uma criação aprovada e chancelada em instâncias universitárias superiores (como os conselhos). (Cardoso, Ewald, 2021, p. 188)

Apesar de os argumentos parecerem contraditórios, entende-se que os autores vinculam a prática dos jornais universitários como elemento contributivo para a construção da imagem institucional devido a sua intrínseca relação com as instituições de ensino superior - financiadoras dos jornais - e que se manifesta na prática jornalística por meio do recorte temático, do setor retratado, e pelos valores e ideais partilhados ("enquanto empréstimo de mão dupla que torna essa relação bastante singular"). Mas, ainda que contribuam para a construção da imagem institucional, percebe-se também, pelo texto, que esses veículos não se anulam à prática estratégica do jornalismo institucional, vinculado às relações públicas e ao marketing. Está aí, portanto, a compreensão dos autores de que os jornais não são absolutamente autônomos dos interesses da comunicação institucional, mas devem buscar essa autonomia. Para a compreensão da atuação dos "jornais universitários", os autores do verbete utilizam, como já foi dito, o conceito de "comunicação pública" e tensionam novamente a sua prática à noção de comunicação institucional:

> Como veículos de comunicação pública que são, esses jornais devem ser norteados pelo interesse público, ou seja, são agentes do campo comunicacional que, por não terem vínculos ou fins comerciais, pautam-se por valores e temáticas que, ao causarem debate na esfera pública, contribuem para o desenvolvimento social e para a consolidação da democracia (Weber, 2017; Koçouski, 2012). Distanciam-se, portanto, da ideia de propaganda institucional, quando um canal ou veículo está atrelado demais à gestão da instituição pública e voltado aos interesses dos ocupantes desse cargo. (Cardoso, Ewald, 2021, p. 188)

Ainda no universo de valores partilhados, segundo o verbete, os jornais fogem da produção "imediatista" e se aproximam da leitura menos apressada dos contextos retratados, o que os aproxima do jornalismo científico, por exemplo, mas também da agenda cultural, vinculada às ações extensionistas, e da circulação de conhecimentos especializados, por meio dos artigos e articulistas (Cardoso, Ewald, 2021).

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O diálogo reflexivo com o verbete "jornais universitários", elaborado pelos editores e jornalistas do Jornal da Universidade (JU) da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), reforça as duas proposições centrais deste artigo. Primeiramente, existem particularidades dessa prática jornalística e do modo de ser desse jornalismo que precisam ser compreendidas de forma independente de outras noções e conceitos da área. Em segundo lugar, é essencial identificar uma concepção própria para esse tipo de jornalismo, a fim de evitar equívocos, tanto conceituais quanto relacionados às práticas comunicacionais envolvidas. A essas proposições soma-se outra, complementar: para compreender a especificidade do jornalismo profissional no ambiente acadêmico e universitário, é preciso afastar-se das noções e conceitos comumente utilizados para interpretá-lo e direcionar-se para a análise das características intrínsecas ao processo comunicacional. O próprio processo comunicacional revela sua especificidade e pode indicar sua inserção no campo de conhecimento. Assim, a análise empírica deve ser conduzida sem o peso de conceitos preexistentes, de modo a evitar que estes limitem ou distorçam a compreensão da práxis e, mais ainda, obscureçam o que realmente caracteriza o processo comunicacional, que, apesar de dialogar com noções anteriores, as tensiona e não se encaixa completamente nelas.

Entre as percepções reveladoras que foram possíveis com a análise do verbete "jornais universitários", destaca-se o fato de que, embora os autores apontem aspectos distintivos e particulares da prática jornalística, fazem um esforço para vinculá-la às noções

preexistentes. Essa vinculação, no entanto, pode comprometer a compreensão adequada da prática, ao fundir noções comunicacionais divergentes. Em outras palavras, pela ausência de uma noção própria que explique a prática desse jornalismo no âmbito acadêmico, os autores recorrem a conceitos oriundos de outras práticas jornalísticas, o que pode levar a interpretações equivocadas da ação comunicacional, que acaba sendo vista como contraditória, em vez de específica ou peculiar. Isso ocorre, conforme mencionado, quando as suas especificidades são destacadas, mas não a benefício do entendimento da própria prática e sim para ajustá-la e acomodá-la a conceitos já validados pelo campo de conhecimento. Defende-se, portanto, a necessidade de uma desvinculação conceitual, como um caminho para se alcançar a compreensão do que realmente caracteriza o jornalismo no contexto social específico, ou seja, no ambiente acadêmico e universitário.

O verbete fornece pistas sobre os aspectos específicos que se pode encontrar nos modos de ser do "jornalismo universitário", sendo uma dimensão bastante promissora a compreensão de como estabelece e se estabelece a "comunidade partilhada" (Cardoso, Ewald, 2021), com a produção mais elaborada e aprofundada dos cenários temáticos que envolvem essa comunidade - acadêmica - e que impactam diretamente sociedade.

A própria práxis do jornalismo no ambiente universitário é capaz de gerar o conhecimento sobre sua própria dinâmica comunicativa, que, por sua vez, indicará a que campo de conhecimento pertence: Lida-se com a comunicação institucional? Com um novo tipo de jornalismo especializado? Ou, talvez, com um processo de comunicação pública com interfaces específicas?

As questões em aberto servem como estímulos à investigação, que só pode ser realizada em campo, em contato com a realidade empírica que caracteriza o fenômeno. E nesse direcionamento, uma certeza: o "jornalismo" não deve ser entendido de forma meramente instrumental, mas sim "como elemento do próprio processo social", constituindo-se como parte da dinâmica comunicativa.

REFERÊNCIAS

Bacco, Thaisa Sallum. **Televisão Universitária online**: a experiência da TV UERJ, a primeira do Brasil. Dissertação (Mestrado em Comunicação). Universidade Estadual de Londrina, Programa de Pós-Graduação em Comunicação, 2010. Disponível em: https://repositorio.uel.br/srv-c0003-s01/api/core/bitstreams/923861da-ab8f-4f89-b944-d08b4b7a02d8/content . Acesso em: ago, 2024.

Braga, José Luiz. Comunicação Gerativa: um diálogo com Oliver Sacks. **Matrizes**, v. 11 – nº 2 maio/ago. 2017 São Paulo: ECA/USP, p. 35-55 Disponível em: https://www.revistas.usp.br/matrizes/article/view/1336 . Acesso em: ago, 2024

_____. O desafio da interação humana e os processadores comunicacionais. E-**Compós**, vol. 26, p. 1-7, jan/dez, 2023. Disponível em: https://www.e-compos.org.br/ecompos/article/view/2784/2117 . Acesso em: ago, 2024

_____. Comunicação como trabalho da diversidade. **Revista Matrizes**, São Paulo: ECA/USP, v.16, n. 3 set./dez. 2022, p. 87-104, 2022. Disponível em: https://www.revistas.usp.br/matrizes/article/view/2008 . Acesso em: ago, 2024

Bueno, Wilson da Costa. Jornalismo científico: os desafios de uma longa trajetória. In: Porto, C. M. (org). **Difusão e cultura científica**: alguns recortes. Salvador: EDUFBA, 2009. Disponível em: https://books.scielo.org/id/68. Acesso em: ago, 2024

_____. Comunicação Científica e Divulgação Científica: Aproximações e Rupturas Conceituais. **Informação & Informação**, Londrina, v.15, n.esp., p.1-12, 2010.

_____. As fontes comprometidas no jornalismo científico. In: Porto, C. M.; Brotas, A. M. P.; Bortoliero, S. T. (org.) **Diálogos entre ciência e divulgação científica**: leituras contemporâneas. Salvador: EDUFBA, p. 55-72, 2011.

_____. **Jornalismo científico no Brasil**: os compromissos de uma prática dependente. 1984. Tese (Doutorado) – Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo. 1984.

Cardoso, Everton, Ewald, Felipe. Jornal Universitário. In: Zaim, Angela, Schwaab, Reges. **Tópicos em jornalismo**: redação e reportagem. Florianópolis: Insular, 1ª edição, p. 187-193, 2021

Fernandes Neves, Luiz. Felipe., Stecca, Kharen. & Coleta, Silvana Santos Pereira (2022). Da notícia institucional à divulgação científica: a trajetória do Jornal UFG em 16 anos de existência. **Journal of Science Communication América Latina** 05(02), A06. doi:10.22323/3.05020206

Fleck, Ludwik. Consequências para a teoria do conhecimento da história apresentada de um conceito. In: Gênese e desenvolvimento de um fato científico. Belo Horizonte: **Fabrefactum**, 2010, p. 61- 95.
Koçouski, Marina. Comunicação pública: construindo um conceito. In: Matos, Heloiza (org). **Comunicação pública** : interlocuções, interlocutores e perspectivas. São Paulo: ECA/USP, p. 71-96, 2012. Disponível em: https://www.eca.usp.br/sites/default/files/2021-05/ciencias%20da%20comunicacao.%20e-books.%20%20comunica%C3%A7%C3%A3o%20publica.pdf#page=72 . Acesso em: ago, 2024

Kunsch, Margarida Maria Krohling. **Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada**. São Paulo: Summus Editorial, 2003.

Lage, Nilson. **Linguagem Jornalística**. São Paulo: Ática, 1999.

Pena, Felipe. **Teoria do Jornalismo**. São Paulo: Contexto, 2018

Rios, A. de O.; Machado, A. C.; Knoll, F. C.; De Oliveira, M.; Portes, M. V.; Da Silva, T. C. F. Jornalismo científico: o compromisso de divulgar ciência à sociedade - a comunicação entre jornalistas e pesquisadores e a responsabilidade social na disseminação de informações científicas. **Publicatio UEPG**: Ciências Sociais Aplicadas, [S. l.], v. 13, n. 2, 2009. Disponível em: https://revistas.uepg.br/index.php/sociais/article/view/2785. Acesso em: 22 set. 2023.

Stecca, Kharen, Fernandes Neves, Luiz. Felipe. e Mainieri, Tiago. (2024). Bastidores da ciência: jornalismo como estratégia de combate à desinformação **JCOMAL** 7(02), A05. https://doi.org/10.22323/3.07020205

Teixeira, Juliana Fernandes. **Webjornalismo audiovisual universitário no Brasil**: um estudo dos casos TV UVA, TV UERJ e TJ UFRJ (2001-2010). Dissertação (mestrado) - Universidade Federal de Santa Catarina, Centro de Comunicação e Expressão. Programa de Pós-Graduação em Jornalismo. Disponível em: https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/95649/295329.pdf?sequence=1&isAllowed=y . Acesso em: ago, 2024

Tôzo, Carla de Oliveira. **A práxis do jornalismo científico**: a experiência do Jornal USP e de universidades públicas brasileiras no período pandêmico. USP: Tese do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação, 2024. Disponível em: https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27164/tde-02072024-122634/publico/CarladeOliveiraTozocorrigidaPPGCOM7265815.pdf . Acesso em: ago, 2024

Traquina, Nelson. **Teorias do jornalismo**. Porque as notícias são como são. Florianópolis: Insular, 2012.

Venturini, Bárbara Luise Hiltel. **Os gêneros do jornal universitário**: recursos argumentativos e ideológicos. Dissertação (Mestrado em Estudos da Linguagem). Universidade Estadual de Londrina, Centro de Letras e Ciências Humanas, 2017. Disponível em:https://repositorio.uel.br/srv-c0003-s01/api/core/bitstreams/39ccdad3-983e-4b2f-9464-55937d08651c/content . Acesso em: ago, 2024

Wolf, Mauro. **Teorias da Comunicação de massa**. 2 ª edição. São Paulo: Martins Fontes, 2005.

O(s) autor(es) é(são) responsável(is) pela fidedignidade dos dados apresentados.

JORNALISMO DE REMEDIAÇÃO: CONCEITO E PRÁTICA NO TELEJORNALISMO LOCAL

Kellen Ceretta[1]
Rosana Maria Ribeiro Borges[2]

RESUMO

O artigo traz a construção do conceito de Jornalismo de Remediação, que surge da interação entre cidadãos e telejornais, no qual o público denuncia problemas e o telejornal atua como mediador na resolução destes. A pesquisa utiliza como instrumentos de coleta a pesquisa bibliográfica e documental. Conclui-se que essa prática exerce importante papel social, mediando falhas institucionais e buscando resultados pontuais e vai além da simples participação cidadã, ocupando um papel de remediação dos problemas negligenciados.

Palavras-chave: Jornalismo de Remediação; Telejornalismo; Participação; Jornalismo de Soluções; Telejornalismo local.

REMEDIATION JOURNALISM: CONCEPT AND PRACTICE IN LOCAL TELEVISION JOURNALISM

ABSTRACT

This article presents the construction of the concept of Remediation Journalism, which arises from the interaction between citizens and newscasts, where the public reports issues and the newscast acts as a mediator in resolving them. The research uses bibliographic and documentary collection methods. It concludes that this practice plays an important social role, mediating institutional failures and seeking specific results, going beyond mere citizen participation, by taking on a role of remedying neglected problems.

Keywords: Remediation Journalism; Television journalism; Participation; Solutions Journalism; Local television journalism.

INTRODUÇÃO

Há duas décadas o jornalismo tem passado por grandes transformações, principalmente estruturais, impulsionadas pela digitalização, o aumento da participação do público e o surgimento de novas práticas midiáticas - citando resumidamente. Nesse contexto, o conceito de Jornalismo de Remediação, ainda em construção, surge em meio à

[1] Doutoranda em Comunicação (FIC-UFG); Mestre em Comunicação (UFMA); Bacharel em Comunicação Social - Jornalismo (UFMA); Licenciada em História (UEMA). E-mail: ke.ceretta@gmail.com
[2] Pós-doutora em Comunicação e Cultura (UFRJ); Doutora em Geografia (UFG); Mestra em Educação Brasileira (UFG); Bacharel em Comunicação Social (UFG). Professora do Curso de Jornalismo e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação (UFG). E-mail: rosana_borges@ufg.br

crescente interação entre os cidadãos e os telejornais, especialmente no âmbito local e regional. Essa prática é caracterizada pela intervenção telejornalística em questões de interesse público, muitas vezes relacionadas a problemas e a falha das instituições em resolvê-los, isto é, onde o Estado não atende plenamente às demandas da população, sejam elas individuais ou coletiva

Faz-se necessário ressaltar que este artigo faz parte da pesquisa de doutoramento "Jornalismo de Remediação: a participação do cidadão comum no telejornal Jornal do Meio Dia e a busca por resolução de problemas". Também é importante mencionar que este é um termo proposto pela autora da tese e é justamente em sua construção que este trabalho se estende, com o objetivo de traçar os primeiros passos do conceito e analisar como ele se manifesta no contexto do jornalismo de TV.

O Jornalismo de Remediação ocorre quando cidadãos comuns enviam conteúdo — como vídeos, fotos ou relatos — para as redações dos telejornais, com o intuito de denunciar problemas locais ou individuais. Esses problemas podem envolver desde a falta de leitos em Unidades de Terapia Intensiva - UTIs do Sistema Único de Saúde - SUS até questões de infraestrutura, como buracos nas ruas ou a ausência de serviços públicos essenciais, por exemplo. Dessa forma, o telejornalismo preenche a lacuna deixada pelo Estado, exercendo uma função quase mediadora entre a população e as instituições públicas, e buscando, por meio da exposição desses problemas, remediar essas falhas.

O estudo sobre o Jornalismo de Remediação traz um novo ponto de vista para as práticas jornalísticas contemporâneas, no qual também reflete sobre a manifestação do papel social do telejornalismo, que vai além da simples veiculação de notícias. Ao dar visibilidade às demandas sociais que, por muitas vezes, são negligenciadas pelo poder público, os telejornais locais e regionais atuam como mediadores, exercendo uma função de pressão social e colaborando para que os problemas sejam resolvidos.

Para a pesquisa, utilizou-se como exemplificação da prática do Jornalismo de Remediação um caso apresentado no quadro 'Repórter Cidadão' do telejornal Jornal do Meio Dia, transmitido pela TV Serra Dourada, em Goiânia (GO). Após a análise da intervenção do telejornal, percebe-se que, ao servir como ponte entre os cidadãos e as instituições públicas, o telejornalismo, ao expor os problemas, atua como agente de mudança, promovendo soluções que, em muitos casos, não teriam sido implementadas sem a intervenção midiática.

O QUE É O JORNALISMO DE REMEDIAÇÃO

O termo "Jornalismo de Remediação", conceito ainda em desenvolvimento, surge da observação da interação entre os cidadãos comuns e os telejornais, especialmente em nível local e regional. Nesse contexto, o cidadão participa de maneira ativa ao enviar vídeos, fotos e sugestões de pautas para as redações, relatando problemas de natureza individual ou coletiva, como, por exemplo, a necessidade de uma vaga na UTI pelo SUS ou questões relacionadas à infraestrutura de um bairro.

O Jornalismo de Remediação se manifesta quando há uma falha das instituições públicas em responder adequadamente a essas demandas, e o telejornalismo, utilizando-se de sua visibilidade, ocupa essa lacuna. Ao noticiar esses casos, os telejornais buscam "remediar" os problemas, servindo como uma ponte entre a sociedade civil e os órgãos responsáveis por solucionar tais questões. A ideia central é que o jornalismo local e/ou regional, que possui como característica ser mais próximo de sua audiência e muitas vezes aberto a receber tais denúncias, torna-se um canal de mediação entre as instituições e os cidadãos, amplificando vozes e provocando ações corretivas.

Este tipo de jornalismo acontece no cotidiano, nas edições ordinárias dos telejornais locais e regionais, porque são esses veículos que possuem maior proximidade com o público, ao noticiar questões que são de seu interesse, e se mostram mais acessíveis para atender às demandas que surgem da comunidade. Em essência, o Jornalismo de Remediação tem o papel de expor situações de descaso e, ao dar visibilidade a essas questões, estimular a resolução dos problemas denunciados.

COMO O JORNALISMO DE REMEDIAÇÃO SE DIFERENCIA DE OUTROS TERMOS QUE ABORDAM A PARTICIPAÇÃO CIDADÃ

O Jornalismo de Remediação não é o primeiro a falar sobre a relação entre o público e os jornalistas de TV, no que diz respeito à participação do cidadão comum na produção da notícia. Há quem diga, inclusive, que é um assunto já defasado, uma vez que tanto já foi falado sobre isso, desde o surgimento da Web 2.0 - que abriu portas para a participação do público e, consequentemente, para a colaboração do mesmo na produção da notícia dos telejornais. Porém, essa ainda é uma prática crescente, já que cada vez mais os aparatos tecnológicos estão evoluindo, como também os canais de mediação entre a população e as redações jornalísticas. Mas o jornalismo de remediação vai além da participação cidadã e da

simples colaboração, tal como será apresentado a seguir. Desde que se evidenciou a postura mais ativa do público, que busca não apenas consumir, mas também participar ativamente na produção de notícias, diversas terminologias surgiram para tentar explicar esse fenômeno. Alguns pesquisadores, como Gillmor (2005), veem esses termos como sinônimos, pois todos compartilham a ideia de um jornalismo comunitário, onde as pessoas não apenas recebem, mas também criam conteúdo. Porém, é importante ressaltar que, embora existam muitas nomenclaturas para descrever a participação dos cidadãos no jornalismo, elas não devem ser tratadas como equivalentes, pois cada uma possui suas particularidades (Alves, 2017).

Um dos exemplos mais comuns é o Jornalismo Cívico, conceito cunhado por Jay Rosen no final dos anos 1980. Este modelo parte da ideia de que o jornalismo deve atuar como um reforço da cidadania, incentivando o engajamento do cidadão nas questões públicas. Segundo Frazão (2013), essa prática tem como função promover a participação ativa dos indivíduos na vida pública, posicionando os jornais como mediadores entre a sociedade e o poder público. A essência desse jornalismo está na sua preocupação em melhorar a vida das comunidades e atender às suas demandas. Em resumo, a proposta do Jornalismo Cívico é que os meios de comunicação não sejam apenas observadores dos acontecimentos, mas também agentes que catalisem a ação coletiva e o engajamento público (Scortegagna, 2014).

Visto dessa forma, pode aparecer alguma confusão entre Jornalismo Cívico e o Jornalismo de Remediação, porém ambos se distinguem em um aspecto essencial: enquanto o primeiro foca no fortalecimento da cidadania por meio da promoção de debates e soluções para problemas da comunidade, o segundo é voltado para a resolução de falhas institucionais. No Jornalismo de Remediação, o telejornalismo atua como um intermediário entre os cidadãos e as autoridades, pressionando o poder público para solucionar problemas específicos que afetam diretamente a vida da população, ou seja, está mais relacionado à mediação e intervenção em questões locais urgentes, enquanto o Jornalismo Cívico busca criar um ambiente de debate contínuo para fortalecer a participação democrática

Outro termo comumente associado à participação do cidadão é o Jornalismo Cidadão. Essa prática permite que o indivíduo não apenas consuma notícias, mas atue como produtor do conteúdo noticioso, ou seja, "[...] o cidadão, que pode ser ou não profissional de jornalismo, desempenha a função de transmitir e difundir informação" (Correia, 2008, p.13).

Aqui, o cidadão tem a possibilidade de criar e distribuir seu próprio conteúdo, utilizando portais, blogs e comunidades online. É o exemplo de muitos portais independentes e perfis em redes sociais, principalmente no Instagram, que surgem com intuito de desvincular a notícia dos meios de comunicação tradicionais.

O jornalismo *Open Source*, por sua vez, nasce no campo da engenharia de *software* e foi adaptado ao jornalismo para explicar a produção de notícias em um ambiente colaborativo, onde a informação é de domínio público. Ferreira e Alves (2016) destacam que, nesse modelo, a produção e o consumo de notícias são abertos, permitindo que os usuários editem e compartilhem conteúdo de maneira livre, como ocorre nos sites *wikis*, como a *wikipédia*, por exemplo. Essa abordagem busca romper com a ideia de que as notícias são bens comerciais exclusivos, tornando-as acessíveis a todos.

O Jornalismo Comunitário se concentra nas questões que afetam diretamente uma comunidade específica e busca proporcionar uma democracia informativa. Como ressalta Frazão (2013), essa forma de jornalismo é voltada para o que ocorre no interior de uma comunidade e é, muitas vezes, produzido pelos próprios moradores. Galli (2021) complementa, afirmando que o jornalismo comunitário é genuinamente realizado para e pela comunidade, comprometido com a consolidação das identidades locais.

Outro termo relevante é o Jornalismo *Grassroots*, que, embora tenha semelhanças com o jornalismo comunitário, refere-se mais especificamente às ações autônomas desenvolvidas por cidadãos das periferias, muitas vezes no ambiente virtual. Foschini e Taddei (2006) observam que esse tipo de jornalismo busca incluir as comunidades periféricas nas novas mídias, proporcionando-lhes uma voz que, de outra forma, não seria ouvida nas deliberações da sociedade.

Essas diversas nomenclaturas, embora distintas em suas características, têm um ponto em comum: todas tentam explicar a participação ativa do cidadão comum no processo de criação e disseminação de notícias. O jornalismo colaborativo também se encaixa nesse contexto, envolvendo a contribuição de vários indivíduos para a produção final do conteúdo, o que tem transformado a maneira como as notícias são produzidas e distribuídas.

Mas, por que o Jornalismo de Remediação é diferente? Apesar das semelhanças com algumas dessas práticas participativas, o Jornalismo de Remediação não se encaixa completamente em nenhuma delas. Diferentemente do jornalismo cívico, que busca o engajamento do cidadão em questões públicas de maneira mais ampla, o Jornalismo de

Remediação é focado na intervenção direta e, por vezes, emergencial sobre falhas específicas do poder público. Enquanto o jornalismo cidadão e o jornalismo colaborativo promovem a criação e distribuição de conteúdo por parte do público, no Jornalismo de Remediação os telejornais utilizam as contribuições da sua audiência como ponto de partida para pressionar o Estado a agir sobre questões negligenciadas. Além disso, ao contrário do jornalismo *open source* ou cauda longa, que se preocupam mais com a distribuição e o acesso livre à informação, o Jornalismo de Remediação foca na mediação e solução de problemas concretos. Dessa forma, o Jornalismo de Remediação se mostra como uma prática única, que não se limita à participação cidadã na produção de notícias, mas atua como um agente intermediário que visa remediar falhas institucionais, na esperança de que o Estado cumpra seu papel.

Mas, dentre todas essas terminologias, existe uma que pode causar certa confusão, que é o Jornalismo Soluções, principalmente por ser um termo cujo sentido de sua denominação chega muito perto de remediação e, por isso, a discussão debruçar-se-á de maneira mais aprofundada nesse assunto. O Jornalismo de Soluções se configura como uma abordagem que visa não apenas relatar os problemas sociais, mas também investigar e apresentar soluções implementadas para resolvê-los, analisando criticamente seus resultados. Enquanto o jornalismo tradicional tende a se concentrar no que deu errado, ele, por sua vez, amplia o conceito de notícia, valorizando as respostas encontradas para os desafios enfrentados pela sociedade (Gerevini, 2021).

Essa prática jornalística surgiu como uma alternativa ao jornalismo que enfatiza a cobertura de crises e falhas institucionais, identificando que a visão excessivamente negativa do jornalismo pode afastar o público e gerar apatia política e social (De Souza, 2017). O Jornalismo de Soluções, ao contrário, procura motivar os cidadãos ao expor exemplos de sucesso, incentivando ações semelhantes em outras localidades. Sua principal característica é o rigor investigativo, que busca compreender profundamente os porquês de um problema e examinar os esforços para resolvê-lo. De acordo com a Solutions Journalism Network[3], o Jornalismo de Soluções é uma resposta rigorosa a problemas sociais, explorando como foram mitigados ou resolvidos, detalhando todo o processo e os desdobramentos da solução. Dessa forma, a solução apresentada pode inspirar ou ser replicada em outras comunidades, gerando um impacto positivo além do contexto original.

[3] Disponível em: https://www.solutionsjournalism.org/. Acesso em: 20 de set. 2024.

O Jornalismo de Remediação e o Jornalismo de Soluções possuem pontos em comum, mas também apresentam diferenças claras em suas abordagens e finalidades. O Jornalismo de Remediação surge como resposta às falhas do Estado, em que o telejornalismo local ou regional se torna uma ponte entre o cidadão e o poder público, tentando resolver problemas sociais ao dar visibilidade a questões que não foram tratadas adequadamente pelas instituições governamentais. Sua função principal é "remediar" essas falhas através da exposição midiática, pressionando as autoridades a tomarem atitudes para solucionar os problemas. É importante ressaltar, mais uma vez, que essa forma de jornalismo está centrada nas edições ordinárias dos telejornais, que recebem denúncias diretamente da população. A sua natureza é, portanto, reativa: ele responde a um problema já existente, uma falha que necessita de atenção urgente. Seu foco não está em soluções amplas e/ou duradouras, mas na intervenção direta para mediar conflitos ou necessidades emergenciais entre a população e o Estado.

Já o Jornalismo de Soluções é uma prática que visa não apenas a cobertura de problemas sociais, mas a identificação de soluções bem-sucedidas para esses problemas, destacando como e porque essas soluções funcionaram, com base em exemplos concretos de outros contextos. Essa prática se concentra na eficácia das respostas aos problemas, não nas boas intenções, explorando profundamente os esforços para resolver questões sociais e fornecendo inspirações para que essas soluções possam ser replicadas em outras localidades (Solutions Journalism Network, 2020). O Jornalismo de Soluções tem uma abordagem proativa, investigando iniciativas que conseguiram mitigar ou resolver problemas sociais. Ele oferece uma visão mais abrangente, analisando não apenas o problema, mas também todo o processo de solução, desde os desafios enfrentados até os resultados obtidos. Para melhor análise, a tabela abaixo apresenta as principais diferenças entre essas duas áreas.

Quadro 1 - Diferenças entre Jornalismo de Remediação e de Soluções

Termo	Jornalismo de Remediação	Jornalismo de Soluções
Foco e abordagem	Possui uma abordagem **reativa**, pois age diretamente em resposta a uma falha do Estado ou das instituições. Quando as autoridades falham em atender a uma demanda, o telejornalismo intervém ao expor publicamente o problema,	É mais **proativa**, investigando como problemas já foram resolvidos ou estão sendo abordados de maneira eficaz em diferentes contextos. Seu foco é descobrir e explorar respostas para problemas, apresentando o que funcionou e o que não funcionou. O objetivo é informar sobre

Termo	Jornalismo de Remediação	Jornalismo de Soluções
	pressionando as autoridades para que uma ação seja tomada. O foco está na resolução imediata e pontual do problema que foi denunciado pela população, mais do que na análise de soluções generalizadas.	soluções que possam ser replicadas ou adaptadas em outros lugares, promovendo um aprendizado coletivo.
Temporalidade	Atua em curto prazo, respondendo a problemas imediatos e cobrando ações rápidas das autoridades para resolver uma situação específica. A questão abordada é atual e urgente e espera-se uma resposta imediata.	Investiga o que deu certo (ou não) ao longo do tempo e traz uma análise detalhada do que pode ser aprendido com essas experiências. As matérias geralmente buscam examinar como uma solução foi implementada e seus resultados em um prazo mais extenso.
Resultados esperados	O resultado esperado é mais imediato e localizado: a resolução de um problema que foi negligenciado pelas autoridades. O sucesso da cobertura é medido pela ação que ela provoca nas autoridades para corrigir uma falha.	Espera que suas reportagens inspirem aprendizado coletivo, ao expor boas práticas e o que deu certo, oferece inspirações que podem ser usadas por gestores públicos, ONGs, ou outras comunidades que enfrentam problemas semelhantes. A ideia é que essas soluções possam ser aplicadas em outras regiões ou contextos.
Relação com as instituições públicas	Coloca as falhas das autoridades no centro da sua cobertura. A prática de remediação visa mostrar como as autoridades não estão cumprindo seu papel e usa a exposição midiática para, de certa forma, fazê-las agir.	Tem uma postura mais investigativa e reflexiva, não necessariamente buscando expor falhas, mas compreender como determinadas respostas a problemas foram implementadas e os resultados obtidos. As autoridades podem ser tanto o foco das soluções quanto da falha, mas a análise é mais ampla.

Fonte: Elaborado pelas autoras, 2024.

Explicados os conceitos iniciais que guiam o presente estudo, especialmente no que se refere ao Jornalismo de Remediação, em seguida, serão apresentados os procedimentos metodológicos e os resultados do estudo exploratório realizado no quadro 'Repórter Cidadão' do telejornal Jornal do Meio Dia, transmitido pela TV Serra Dourada, em Goiânia (GO).

METODOLOGIA

A pesquisa é de abordagem qualitativa, que se caracteriza pela busca de uma compreensão mais aprofundada dos fenômenos em seu contexto. De acordo com Godoy (1995), ela é flexível e pode seguir diferentes trajetórias, partindo de questões amplas que se esclarecem ao longo da investigação.

Além disso, essa abordagem não se restringe a estruturas rígidas, dando espaço à criatividade e à exploração de novas perspectivas. O objetivo é interpretar o fenômeno em sua complexidade, valorizando a qualidade dos dados coletados, em vez de se focar em quantidades ou estatísticas. Como afirmam Tuzzo e Braga (2016), o foco da pesquisa qualitativa está na interpretação e compreensão do processo e do significado dos dados, ao invés da mensuração de intensidade ou frequência. Dito isto, já que em vez de mensurar ou quantificar, é explorado os significados e processos sociais, entende-se, então, que essa é a abordagem essencial para capturar a complexidade do Jornalismo de Remediação em seu contexto.

Como instrumentos de coletas de dados utilizou-se a pesquisa bibliográfica e pesquisa documental. De acordo com Minayo (2000), as pesquisas bibliográficas são marcadas por uma organização da realidade empírica; constituem um exercício de crítica teórica e prática, apresentando um caráter disciplinar e operacional. Para Marconi e Lakatos (2007), a pesquisa bibliográfica envolve a identificação e revisão da bibliografia previamente publicada em livros, jornais, revistas e outras fontes. Seu propósito é familiarizar o pesquisador com o material escrito relacionado ao tema de estudo, servindo como suporte na análise das pesquisas ou no manuseio das informações. Embora possa ser considerada como o ponto inicial de uma investigação científica, sua relevância não se restringe apenas a esse início, pois ao longo de toda a jornada, especialmente durante as pesquisas de campo e a obtenção de novos dados, a pesquisa bibliográfica ganha em intensidade e importância.

Para o levantamento bibliográfico deste trabalho utilizou-se como temas norteadores as variadas nomenclaturas referentes à participação do público com envio de conteúdo (vídeos, fotos e/ou sugestão de pautas) para dar base à construção do termo central deste trabalho que é o Jornalismo de Remediação.

Já a pesquisa documental é um instrumento de investigação que se baseia na análise e interpretação de documentos, sejam eles escritos, impressos, digitais, visuais ou de qualquer outra forma registrada. Ela envolve a coleta e o exame sistemático de fontes documentais relevantes para o tema em estudo, nos quais os pesquisadores buscam informações, dados e evidências nos documentos disponíveis para responder às suas questões de pesquisa ou objetivos. De acordo com Oliveira (2007), a pesquisa documental é caracterizada pela procura de informações "em documentos que não receberam nenhum

tratamento científico, como relatórios, reportagens de jornais, revistas, cartas, filmes, gravações, fotografias, entre outras matérias de divulgação" (Oliveira, 2007, p. 69).

Dito isto, tem-se como objeto o quadro 'Repórter Cidadão' do telejornal Jornal do Meio Dia, transmitido pela TV Serra Dourada, afiliada do SBT, em Goiânia. Esse foi o telejornal escolhido tanto por ser o principal jornal televisivo da grade de programação da TV Serra Dourada, como por ser o que lidera a audiência no horário do almoço dos cidadãos goianos (Mello; Lima, 2019). Além disso, também é o que está na frente em audiência entre as classes C, D, E (Moraes; Machado, 2018), isto é, às classes socialmente mais negligenciadas, que têm menos visibilidade em relação aos desafios que enfrentam, e são justamente esses que buscam visibilidade para seus problemas nos telejornais. Todas as edições do telejornal estão disponíveis no site da emissora e na plataforma de vídeos *YouTube*[4], logo foi por meio desta fonte documental que conseguiu-se o material para a análise.

O QUADRO 'REPÓRTER CIDADÃO' E O JORNALISMO DE REMEDIAÇÃO

O Repórter Cidadão, quadro do telejornal Jornal do Meio Dia, da TV Serra Dourada, foi criado com intuito de trazer certo protagonismo ao cidadão comum no que diz respeito à resolução de problemas. O quadro, transmitido em todas as edições do telejornal, possui em média 1 minuto e 10 segundos de tempo no ar e apresenta a seguinte dinâmica: o telejornal recebe o material enviado pela audiência, geralmente em formato de vídeo, denunciando algum problema. Após isso, a redação entra em contato com as autoridades públicas pedindo a resolução do problema em questão e então faz a veiculação do material.

Comumente, a apresentadora e coordenadora do telejornal, Luciana Finholdt, começa o Repórter Cidadão com a apresentação do quadro falando alguma frase chamando a participação do telespectador, como, por exemplo: "Agora é a sua bronca aqui no Jornal do Meio Dia porque agora é a hora do repórter cidadão" e então a vinheta aparece.

[4] Disponível em: https://www.youtube.com/@TVSerraDouradaOficial. Acesso em: 05 out. 2024.

Figura 1 - imagem da vinheta do Repórter Cidadão



Fonte: TV Serra Dourada, 2024

Na recente edição do dia 20 de setembro[5], a apresentadora começa falando com o telespectador: "o espaço é seu e está sempre aberto para que você comunique conosco e, mais do que isso, registre a sua bronca, você é o nosso repórter cidadão". Antes de apresentar o caso da edição, a jornalista explicita rapidamente sobre o funcionamento do quadro: "Aqui funciona assim, a gente recebe vídeos dos nossos telespectadores, aflitos, querendo a solução para o problema, a gente coloca no ar, a gente faz questão de mostrar para que a providência apareça e por isso a gente cobra das autoridades". E então as imagens são colocadas no ar. É possível perceber o canal de mediação entre o telespectador e o telejornal através do número e o QR Code para acesso ao Whatsapp da redação que ficam disponíveis durante a veiculação do quadro.

Imagem 2 - imagens de vídeo de um bueiro com a tampa consertada



Fonte: TV Serra Dourada, 2024

[5] Disponível em: https://tvsd.com.br/video/21612/reporter-cidadao/. Acesso em: 24 de set. 2024.

A situação apresentada é a exposição da resolução de um caso veiculado quatro dias antes, no dia 16 de setembro, no qual um morador enviou as imagens de um bueiro aberto, sem tampa, que oferecia riscos aos moradores do bairro Vila Xavier, em Goiânia. Na ocasião, um cidadão decidiu levar a ocorrência ao telejornal na esperança que o mesmo pudesse resolver. No dia 16, a notícia foi veiculada e a Secretaria Municipal de Infraestrutura Urbana - SINFRA afirmou que iria solucionar o problema em até 1 dia e, de fato, o problema foi resolvido.

> E aqui no Jornal do Meio Dia funciona assim, problema mostrado é problema resolvido. Olha só, que bacana, viu? Valdeli Borba nos enviou essas imagens do local com tampas novas e sem risco agora para a população. A gente pede também que não haja vandalismo, né, que isso fique dessa forma e que bom que a gente possa fazer esse meio de comunicação chegando às autoridades (Finholdt, 2024)[6].

O Repórter Cidadão exemplifica perfeitamente o exercício do Jornalismo de Remediação, evidenciando sua dinâmica de mediação entre a população e as instituições e/ou autoridades públicas. O processo de remediação começa quando a redação recebe o material enviado pelos telespectadores relatando algum problema social ou de infraestrutura. A partir desse ponto, o telejornal entra em contato com as autoridades competentes, solicitando uma solução, e então transmite o conteúdo ao público.

Nesse contexto, é refletido o caráter reativo do Jornalismo de Remediação, que busca expor problemas que não foram resolvidos diretamente pelo Estado, pressionando as autoridades a agirem diante da exposição pública. Na edição analisada, a apresentadora, ao destacar que "problema mostrado é problema resolvido", enfatiza a eficiência do quadro em garantir que as autoridades tomem medidas práticas diante da visibilidade proporcionada pelo telejornal.

É aí que está o cerne do Jornalismo de Remediação: o telejornalismo local atuando como mediador entre a sociedade e o poder público, resolvendo problemas específicos que, muitas vezes, permanecem sem solução até que sejam vistos. Uma das características fundamentais dessa prática é justamente a utilização do poder da visibilidade midiática para fazer com que as autoridades cumpram suas funções. Através de denúncias enviadas pelo cidadão comum, o telejornal se transforma em um tipo de ferramenta de remediação dos

[6] Uma das falas da apresentadora do telejornal, Luciana Finholdt, ao se referir à eficácia do programa em trazer solução aos casos levados ao programa, enfatizando que o mesmo é um meio de comunicação entre a sociedade e as autoridades locais.

problemas da comunidade, atuando como uma espécie de ponte que conecta o problema identificado pelo cidadão à solução provida pelo governo.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O Jornalismo de Remediação surge como tentativa do fazer jornalístico de remediar os problemas levantados pelo cidadão comum, no contexto do telejornalismo local e regional, na tentativa, também, de preencher lacunas deixadas pelo Estado na resolução de problemas cotidianos que afetam diretamente a população. Através da mediação exercida pelo telejornal, que dá visibilidade a essas falhas institucionais, os cidadãos encontram nos telejornais um canal para amplificar suas demandas e, consequentemente, pressionar as autoridades a tomarem algumas ações.

Para exemplificar o exercício da prática, utilizou-se o quadro Repórter Cidadão, do Jornal do Meio Dia, da TV Serra Dourada. Após a análise da intervenção do telejornal em um caso específico, percebe-se que, ao servir como ponte entre os cidadãos e as instituições públicas, o telejornalismo regional consegue não apenas expor os problemas, mas também atuar como agente de mudança, promovendo soluções que, em muitos casos, não teriam sido implementadas sem essa intervenção midiática.

Diferentemente de outras formas de jornalismo participativo, como o Jornalismo de Soluções, o Jornalismo de Remediação tem uma natureza reativa e imediata, focando na resolução de falhas governamentais a curto prazo e que são transmitidas as edições diárias do telejornal. Sua principal função é pressionar o Estado a cumprir suas responsabilidades, oferecendo ao público uma meio para resolver questões locais que afetam diretamente a qualidade de vida da comunidade.

Em suma, o Jornalismo de Remediação não apenas reforça o papel social do telejornalismo, mas também sublinha a importância da mídia local como mediadora entre a sociedade civil e o poder público. E este estudo não encerra as discussões sobre o tema, pelo contrário, ele abre novas possibilidades de investigação, especialmente no que diz respeito à relação entre o telejornalismo local, as instituições públicas e os cidadãos.

REFERÊNCIAS

ALVES, Marcelli. **O percurso do amador para integrar o "mundo do telejornalista":** uma análise dos vídeos colaborativos que participam da notícia televisiva. 2017. 403 f., il. Tese (Doutorado em Comunicação)—Universidade de Brasília, Brasília, 2017.

CORREIA, Frederico. Jornalismo do cidadão: quem és tu? In: **Biblioteca Online de Ciências da Comunicação,** Universidade da Beira Interior, Covilhã, Portugal, 2008. Disponível em: http://bocc.ufp.pt/pag/correia-frederico-jornalismo-do-cidadao.pdf. Acesso em: 03 out. 2024.

DE SOUZA, G. Mariana. **Jornalismo de Soluções**: Um caminho possível. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Jornalismo). Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2017. Disponível em: https://lume.ufrgs.br/handle/10183/177692. Acesso em: 22 set. 2024.

FERREIRA, Fernanda Velasques; ALVES, Marcelli. Pensando caminhos alternativos: a perspectiva do jornalismo cívico. **Communication, technologies et développement**, 2016. Pp. 2-9. Disponível em: https://journals.openedition.org/ctd/1052. Acesso em: 03 out.. 2024.

FOSCHINI, Ana Carmen; TADDEI, Roberto Romano. **Jornalismo Cidadão:** você faz a notícia. Coleção Conquiste a Rede. 2006. 51p. Disponível em: http://www.dominiopublico.gov.br/download/texto/ea000098.pdf. Acesso em: 06 out. 2023.

FRAZÃO, Samira. Moratti. **Parceiro do RJ:** a prática do jornalismo participativo no *rjtv 1ª edição* e as transformações na rotina profissional dos jornalistas. 2013. 243f. Dissertação (Mestrado em Jornalismo) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2013.

GALLI, Giulliano Tonasso. O jornalismo comunitário, a democracia e as identidades individuais e coletivas. **Revista ALTERJOR**. Ano 10, Volume 01, edição 23. Janeiro-julho de 2021. Pp. 99-124. Disponível em: https://www.revistas.usp.br/alterjor/article/view/180243/168419. Acesso em: 20 dez. 2023.

GEREVINI, Isadora Dezorzi. O Jornalismo de solução e a produção de um Jornalismo engajador. In: Revista Anagrama: **Revista Científica Interdisciplinar da Graduação**. Ano 15 – Volume 2 – Julho-Dezembro de 2021. Disponível em: http://repositorio.upf.br/bitstream/riupf/1956/1/PF2020Isadora%20Dezorzi%20Gerevini.pdf Acesso em: 03 out. 2024.

GILLMOR, Dan. We, the media. Lisbon: Editorial Presence, 2004.
GODOY, Arilda Schmidt. Pesquisa Qualitativa: tipos fundamentais. In: **Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v. 35, n.3, p, 20-29 Mai./Jun. 1995. Disponível em: https://www.scielo.br/j/rae/a/ZX4cTGrqYfVhr7LvVyDBgdb/?format=pdf&lang=pt. Acesso em: 28 jan. 2024.

MINAYO, M.C.S. **O desafio do conhecimento científico pesquisa qualitativa em saúde.** 2. ed. São Paulo: Hucitec-Abrasco, 1994.

MORAES, Ângela Teixeira de; MACHADO, Liliane Maria Macedo. Estratégias mercadológicas do jornalismo regional: as mudanças empreendidas pelo Grupo Jaime Câmara. In: **Intercom - Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**. São Paulo, v.41, n.1, p.167-181, jan./abr. 2018. Disponível em: https://revistas.intercom.org.br/index.php/revistaintercom/article/view/3050/2130. Acesso em: 15 dez. 2023.

OLIVEIRA, Maria Marly de. **Como fazer pesquisa qualitativa**. Petrópolis, Vozes, 2007.

SCORTEGAGNA, Laís Cerutti. JORNALISMO CÍVICO: A ARTE DE FAZER A DEMOCRACIA FUNCIONAR. **Revista da Graduação**, *[S. l.]*, v. 7, n. 1, 2014. Disponível em: https://revistaseletronicas.pucrs.br/graduacao/article/view/18298. Acesso em: 3 out. 2024.

TUZZO, Simone Antoniaci; BRAGA, Claudomilson F. O processo de triangulação da pesquisa qualitativa: o metafenômeno como gênese. In: **Revista Pesquisa Qualitativa**. v. 4, n.5, p. 140-158, 2016. Disponível em: https://repositorio.bc.ufg.br/items/93df7d2a-cc42-47a0-97c1-2aa8e412c1e2. Acesso em 27 jan. 2024.

As autoras são responsáveis pela fidedignidade dos dados apresentados.

PROJETOS DE CHECAGEM DE FATOS NA AMÉRICA DO SUL: DO COMBATE À DESINFORMAÇÃO À REVALORIZAÇÃO DO JORNALISMO

Luciane Fassarella Agnez[1]
Isis Borges Figueira[2]
Letícia Lourencetti Barbosa[3]
Maria Eduarda Arruda de Sousa[4]

RESUMO

Neste trabalho, apresentamos um estudo exploratório de três verificadores de fatos independentes na América do Sul, com o objetivo de observar como contribuem para uma revalorização do jornalismo ao aproveitarem o contexto da desinformação para reafirmar o *ethos* jornalístico. Há uma retomada de valores centrais da profissão e um potencial de inovação, enquanto persistem desafios à independência e à análise da eficácia de forma mais objetiva, para além dos discursos.

Palavras-chave: Desinformação; *Fake news*; Checagem de fatos; Verdade jornalística; Ethos jornalístico.

FACT CHECKING PROJECTS IN SOUTH AMERICA: FROM FIGHTING DISINFORMATION TO THE REVALUATION OF JOURNALISM

ABSTRACT

In this work, we present an exploratory study of three independent fact-checkers in South America, with the aim of observing how they contribute to the revaluation of journalism by taking advantage of the context of disinformation to reaffirm the journalistic ethos. There is a resumption of the profession's core values and a potential for innovation, while challenges to independence and the analysis of effectiveness in a more objective way, beyond speeches, persist.

Keywords: Disinformation; Fake news; Fact checking; Journalistic truth; Journalistic ethos.

INTRODUÇÃO

O cenário de desordem informacional (Berger, 2017; Wardle; Derakhshan, 2018) que se espalhou pelo mundo, em especial a partir de 2016 e mais intensamente durante a pandemia da Covid-19, levou a uma expansão de iniciativas voltadas a verificação de fatos,

[1] Doutora em Comunicação, professora da Universidade Federal de Goiás, e-mail: lucianeagnez@ufg.br.
[2] Estudante de Jornalismo da Universidade Federal de Goiás, e-mail isisborges@discente.ufg.br.
[3] Estudante de Jornalismo da Universidade Federal de Goiás, e-mail lourencetti@discente.ufg.br.
[4] Estudante de Jornalismo da Universidade Federal de Goiás, e-mail maria.arruda@discente.ufg.br.

boatos e discursos públicos. De acordo com o *Duke Reporters' Lab*[5], em setembro de 2024 havia 442 projetos de *fact-checking* em mais de 100 países e 69 idiomas. Em 2014, quando o monitoramento começou, foram identificados 59 projetos em 44 países, o que mostra a ampliação em uma década. De acordo com o mapa, o crescimento maior na América do Norte ocorreu até 2018, desacelerando desde então; enquanto houve a partir de 2020 um aumento expressivo em países da África, Ásia, Europa e América do Sul.

Em setembro de 2024, o monitoramento mostrava 45 verificadores de fatos na América Latina (de um total de 442 no mundo). Desses, 38 estavam localizados na América do Sul e os países com o maior número de iniciativas eram Brasil e Chile, com 10 projetos de checagem de fatos em cada.

Entre os projetos de *fact-checking*, há ações que são ligadas a grupos de mídia e outras que se caracterizam por uma independência editorial e/ou financeira. Na América do Sul, foco da nossa atenção neste trabalho, 19 dos projetos mapeados são identificados como independentes, ligados a iniciativas acadêmicas ou de organizações não-governamentais, ou seja, não são vinculados a empresas midiáticas.

É necessário considerar que projetos midiáticos sem fins lucrativos, independentes ou subsidiados por fundações internacionais ou outras fontes de recursos, constituem uma alternativa aos grupos tradicionais de mídia, num contexto latino-americano em que obstáculos a uma democratização da comunicação ainda resistem, mantendo-se hegemônico um modelo de exploração comercial, de orientação clientelista e patrimonialista (Waisbord, 2009; Palau-Sampio, 2018).

Por um lado, projetos de *fact-checking* se desenvolveram como forma de enfrentamento à difusão de *fake news*, em ambientes de polarização política e de campanhas de desinformação em massa, em que elas são usadas como "informações de combate" por mídias hiper-partidárias (Ribeiro; Ortellado, 2018). Por outro lado, as agências de checagem também se articulam como um mecanismo de defesa da própria imprensa, frente a uma crise econômica e à perda crescente de credibilidade, como estratégia de reposicionar o jornalismo como uma espécie de antídoto para a desinformação (Roxo; Melo, 2018; Moretzsohn, 2019).

Estudos como os de Agnez e Moura (2019) e de Lelo e Pachi Filho (2021) analisam a maneira que empresas jornalísticas brasileiras utilizam projetos de verificação de fatos como

[5] Disponível em: https://reporterslab.org/fact-checking/. Acesso em: 13 set. 2024.

estratégias discursivas para restabelecer um pacto de credibilidade com o público, evocando o *ethos*[6] do jornalismo profissional como garantidor da busca pela verdade. Elementos da técnica e da ética são mobilizados nesta defesa. Entretanto, ainda há poucos estudos que comparam estratégias como essas no âmbito internacional, em especial que considerem as especificidades da imprensa latino-americana.

Palau-Sampio (2018), por exemplo, observou nove projetos alternativos (não ligados a grupos de mídia) distribuídos em países da América Latina a partir da metodologia de verificação empregada, as temáticas checadas, as fontes consultadas e os recursos de interatividade utilizados, com foco maior na eficácia das plataformas no combate à desinformação.

Ao observar iniciativas de checagem em países iberoamericanos, Rodríguez-Pérez (2020) chega a se referir a um novo "gênero jornalístico", que teria o propósito de "velar por la veracidad de la información difundida en redes y plataformas sociales, realizar un escrutinio al poder y transformar la información en conocimiento asumible por los ciudadanos" (Rodríguez-Pérez, 2020, p. 1). Analisando as metodologias de verificação, a autora reflete sobre os desafios e dilemas epistemológicos da checagem de fatos para cumprir estes objetivos.

Para contribuir com este campo de investigação, realizamos neste trabalho um estudo exploratório a partir de três projetos de *fact-checking* independentes de países sul-americanos: *Aos Fatos* (Brasil), *Chequeado* (Argentina) e *OjoPúblico* (Peru). Por não serem vinculados a empresas midiáticas, questionamos de que maneira eles mobilizam valores do *ethos* jornalístico ou da prática profissional para legitimar a defesa da atividade de checagem. Sem o compromisso com determinado grupo comercial, por um lado, mas também com o desafio da sustentabilidade e do reconhecimento público, eles estariam contribuindo de alguma forma para um reposicionamento do jornalismo? A partir da apresentação feita pelos próprios projetos, na defesa da missão e da metodologia empregada, buscamos comparar de que modo eles aproveitam o contexto da desinformação para reafirmar o *ethos* jornalístico, em busca de uma revalorização do jornalismo profissional e de um novo pacto de credibilidade.

[6] Sodré (2008, p. 45) define que o "*ethos* é a consciência atuante e objetiva de um grupo social – onde se manifesta a compreensão histórica do sentido da existência." No processo de profissionalização do jornalismo, o discurso identitário consolidou um *ethos* profissional com valores, linguagens e rotinas próprias, na defesa de um reconhecimento social e de um mercado de atuação.

COMBATE À DESINFORMAÇÃO E REVALORIZAÇÃO DO JORNALISMO

As já conhecidas *fake news* são apenas a parte mais visível de um cenário mais complexo de desinformação, que envolve não apenas conteúdos falsos, enganosos ou descontextualizados, muitas vezes difundidos em larga escala com grandes aparatos econômicos e tecnológicos. Berger (2017) apontou que a distorção das informações não acontece apenas no processo de produção do conteúdo, mas também nas fases de circulação e de edição, com interferência crescente de recursos sofisticados, como os que vemos hoje por meio da inteligência artificial.

Diante do que consideram como desordem informacional, terminologia mais abrangente para este cenário, Wardle e Derakhshan (2018) criaram uma tipologia que inclui a *mis-information* (informações com conexões falsas e conteúdo enganoso), *disinformation* (informações com contexto falso e com conteúdo impostor, manipulado e fabricado) e *mal-information* (informações como vazamentos feitos com intenção de causar danos e discurso de ódio).

O termo *fake news* surge quando conteúdos com aparência de notícia se apropriaram da linguagem e da estética jornalísticas para gerar uma espécie de caos informativo. Entretanto, autores como Benkler, Faris e Roberts (2018) questionam se todo o fenômeno não seria melhor identificado se denominado por desinformação, manipulação ou até mesmo propaganda. Hoje, tais conteúdos vão bem além dos formatos de "notícias falsas" e podem estar em qualquer suporte midiático, em memes ou em grupos de conversa, em perfis de personalidades públicas ou em sites supostamente noticiosos.

Nesse caos informativo, a expressão *fake news* passa então a ser utilizada também para atacar a própria imprensa, em estratégias políticas para desacreditar opositores, a mídia ou mesmo fomentar determinadas narrativas (Moretzsohn, 2019; Rodríguez-Pérez, 2020).

O início dos projetos de checagem de fatos, ao menos na história recente, se dá nos EUA, com a criação da *FactCheck.org*, em 2003, e em 2007 com o lançamento das agências *Polifact* e *The Washington's Post Fact Checker* (Lelo; Pachi Filho, 2021). No Brasil, o movimento se difunde a partir de 2013, com a criação do *Boatos.org*, e dois anos depois com o *Truco no Congresso* (*Agência Pública*), a agência *Aos Fatos* e a *Agência Lupa*, todos projetos independentes. As empresas jornalísticas brasileiras abraçaram o movimento a partir de 2018, sobretudo em virtude das eleições presidenciais daquele ano, como foi o caso de

iniciativas como *Fato ou Fake* (do grupo *Globo*), *Comprova* (uma coalizão de 24 veículos) e *Estadão Verifica* (*O Estado de S. Paulo*), entre outros (Agnez; Moura, 2019).

Estas iniciativas passam a se dedicar não somente à checagem de boatos, notícias falsas e conteúdos enganosos disseminados pelas plataformas digitais, como também à verificação de discursos públicos feitos por autoridades políticas, dentro ou fora de períodos eleitorais. Ao analisar algumas das principais plataformas de verificação de fatos na América Latina, suas metodologias e a importância de fontes confiáveis para garantir a disseminação precisa das informações, Palau-Sampio (2018) apontou uma variação significativa na eficácia de diferentes plataformas de checagem, com algumas demonstrando uma maior capacidade de verificação confiável de fatos do que outras. A autora assinala que esta atividade seria uma "nova-velha modalidade profissional": a rápida difusão dos checadores tem uma conexão com os valores centrais do jornalismo profissional.

Para diferentes autores, o desafio do jornalismo profissional, sobretudo o exercido pela grande imprensa, está na superação do jornalismo declaratório (Roxo, Melo, 2018; Palau-Sampio, 2018; Moretzsohn, 2019; Agnez; Moura, 2019). Diante de limitações como esta, a contribuição dos projetos de verificação de fatos ao ecossistema informativo, em especial na região latino-americana, está na consolidação de uma atividade de serviço público (Palau-Sampio, 2018).

Ufarte-Ruiz, Peralta-García e Murcia-Verdú (2018) sinalizam que a crise no jornalismo, que vai além do jornalismo declaratório, é resultado de múltiplos fatores, como por exemplo da prática do "periodismo de mesa"[7], que tem afastado os profissionais das ruas. Além disso, citam a crise publicitária, empresarial e profissional, que fez crescer o número de projetos empreendedores digitais, aumentando também conteúdos de baixa qualidade e sensacionalistas, estimulados pelo movimento caça-cliques. Nesse contexto, a difusão de informações falsas e imprecisas acirram ainda mais a crise de credibilidade da imprensa e se tornam uma ameaça às democracias. A checagem de fatos se desenvolve então na necessidade de atacar este problema (Ufarte-Ruiz; Peralta-García; Murcia-Verdú, 2018).

As mudanças no jornalismo, impostas pelas tecnologias digitais e a sociedade em rede, com a emergência dos cibermeios, também são apontadas por Lotero-Echeverri, Romero-Rodríguez e Pérez-Rodríguez (2018) como motores para um apelo maior ao

[7] Fazemos um paralelo com a expressão "jornalismo sentado" (Pereira, 2004), decorrente das mudanças dos processos produtivos no jornalismo, sobretudo após o advento da internet.

entretenimento, ao sensacionalismo e a conteúdos caça-cliques, com mais chances de erros. Eles consideram essa estratégia de saturação de conteúdo um risco. O atual cenário transforma as condições de acesso às fontes de informação e à produção e difusão de conteúdo, o que exige dos profissionais de comunicação repensarem sua função no ecossistema digital e também novas competências midiáticas por parte do público. Nesse aspecto, além de atacarem o problema da desinformação, os projetos de checagem contribuem para a alfabetização midiática (Lotero-Echeverri; Romero-Rodríguez; Pérez-Rodríguez, 2018), com metodologias de verificação mais instrumentais e transparentes, portanto, replicáveis mais facilmente.

Ao se concentrar na informação viral, controversa e duvidosa que circula nas redes sociais ou que vem de declarações públicas, os projetos de checagem de fatos oferecem uma resposta jornalística ao fenômeno da desinformação. Assim, para Rodríguez-Pérez (2020), é uma forma de revitalizar o papel do jornalismo como contrapoder ou *watchdog* dos assuntos públicos, apresentando-se como novo campo de trabalho, que responde à missão do jornalismo como profissão: oferecer informação verdadeira e confirmada para que cidadão tenha maior conhecimento sobre os assuntos tratados. “El periodismo de verificación aboga por un riguroso, apartidista y transparente proceso metodológico a partir del cual obtener credibilidad y confianza social” (Rodríguez-Pérez, 2020, p. 251). No entanto, como aponta, a verificação não é algo exclusivo do jornalismo ou dos meios de comunicação, pois organizações sociais, de projetos educativos a partidos políticos, cada vez mais se apropriam de iniciativas de verificação de fatos ou discursos.

Os projetos de checagem de fatos cresceram desde o início do século XXI, ainda que o trabalho de confirmar e comprovar fatos exista desde o início do jornalismo. Sobre isso, Agnez e Moura (2019) observam que os projetos de checagem de fatos no Brasil, conduzidos por agências especializadas ou iniciativas associadas a grupos de mídia, estão aproveitando a disseminação crescente das *fake news* para reforçar o *ethos* profissional, fundamentado em princípios éticos e técnicos. Isso visa promover uma revalorização da profissão e, consequentemente, restaurar o pacto de credibilidade. “A contradição está no fato de justamente as empresas jornalísticas, que no dia a dia se encontram imersas a uma crise que impacta diretamente no trabalho de apuração e na qualidade do que é entregue ao público, estão se declarando antídoto para as *fake news*” (Agnez; Moura, 2019, p. 15). Fazem isso criando projetos especiais para fazer, em síntese, o que já seria a missão do jornalismo.

No nível do discurso, Lelo e Pachi Filho (2021) analisam projetos de *fack-checking* ligados a empresas de mídia brasileiras e afirmam que há um entrelaçamento entre estas práticas, utilizando valores como credibilidade e verdade, próprios do *ethos* profissional, para reforçar a necessidade da atividade jornalística.

> Por terem empreendido esforços na criação das agências de *fact-checking*, os conglomerados de mídia brasileiros buscam reivindicar para si a autoridade e a credibilidade para elaborar discursos sobre as informações em circulação na sociedade. [...] O recurso à criação dessas agências é também uma forma de silenciar sobre as falhas e os equívocos da imprensa, instaurando um ritual discursivo que visa a produzir a completude de sentidos para a verdade (Lelo; Pachi Filho, 2021, p. 535).

Estudando checadores da América Latina e Espanha, Moreno-Gil, Ramon e Rodríguez-Martínez (2021) destacam que as equipes envolvidas geralmente são pequenas e multidisciplinares, combinando conhecimentos de jornalismo, economia e outros campos para aprimorar sua capacidade de verificação de fatos. Mas apesar dessas organizações desempenharem um papel vital no combate à desinformação e na promoção de valores jornalísticos de precisão e transparência, enfrentam desafios para o engajamento do público e diante da limitação dos recursos, com garantia de independência.

Enquanto que os projetos de checagem vinculados a empresas midiáticas convivem com o entrelaçamento das atividades e dos interesses comerciais, as iniciativas independentes vivem o desafio da sustentabilidade, com potenciais riscos à independência editorial quando o apoio financeiro vem de empresas de mídia, plataformas digitais ou organizações internacionais (LELO, 2022).

Moretzsohn (2019) diz que a principal crítica a se fazer ao trabalho dos checadores é quanto a seus pressupostos e métodos, sobretudo quando desprezam o devido cuidado com a contextualização, que envolve os sentidos possíveis de uma narrativa. Ao selecionarem fatos ou falas para serem verificadas, o que o *fact-checking* pode oferecer é a garantia de alguém realmente ter feito uma determinada declaração, ou se uma certa medida foi tomada, ou se um vídeo que circula é ou não montagem, se um conteúdo é antigo ou está fora de contexto, mas há com isso uma limitação do próprio sentido de verdade.

> Pois, de saída, será necessário assinalar uma obviedade que, talvez por isso mesmo, passe despercebida e leve a ignorar um problema de fundo, assim sintetizado por Schneider (2018): para denunciar o que é falso, precisamos afirmar o que é

> verdadeiro. Mas como isso seria possível, se abandonamos a noção de verdade, ou se adotamos o relativismo que rejeita uma verdade universal, próprio das epistemologias pós modernas? Afinal, o que subjaz quando se propõe o combate às fake news é isto: a ideia de que as pessoas precisam de informação confiável para se orientar em meio ao caos (Moretzsohn, 2019, p. 576).

Pilar do *ethos* jornalístico, a verdade se encontra no conjunto de obrigações morais que compõem a deontologia jornalística e o compromisso com ela está expresso no Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros (FENAJ, 2007), por exemplo. Na Enciclopédia Intercom, Bucci (2010) diz que prometer a verdade seria quase um embuste. O autor sinaliza a importância de distinguir claramente notícia de verdade, assumindo limitações e sendo honesto com o público.

> A *veracidade* depende, enfim, da correspondência entre o relato e os fatos e as ideias a que ele se refere, e da correspondência entre o que o mediador escreve (ou enuncia) e suas convicções internas. Ele deve estar convencido, consigo mesmo, de que se esforçou para dizer a verdade (Bucci, 2010, p. 1207).

Acerca da concepção da verdade, a teoria da correspondência é a que melhor se aplica ao jornalismo (Tambosi, 2007; Lisboa; Benetti, 2015), que propõe que a verdade estaria na relação com o mundo, ou seja, na correspondência com os fatos ou estados de coisas (relação linguagem-realidade). Tambosi (2007) aponta que, nesta perspectiva, o jornalismo tem dois problemas: a dificuldade diária de distinguir entre declarações e fatos (dependência das fontes) e a tendência de transformar a verdade em um imperativo ético. Conforme indicado nos códigos deontológicos da profissão, a verdade no jornalismo acaba se tornando, essencialmente, uma questão de honestidade e credibilidade, seja do repórter, da fonte ou dos meios de comunicação.

Um relato jornalístico é elaborado por meio de estratégias discursivas que buscam ajudar o leitor a reconhecer sua autenticidade ou verossimilhança em relação aos fatos, bem como a credibilidade das explicações apresentadas. Por assim dizer, a verdade está amparada em uma relação de correspondência com a realidade.

> É uma verdade que se consolida à medida que o leitor consegue aferir o grau de fidelidade entre o relato jornalístico e o fato em si. Para isso, o jornalismo faz uso de escolhas discursivas como fotografia, o recurso a fontes especializadas, o detalhamento dos fatos, a explicação do tipo de abordagem e a contextualização dos eventos. Um relato jornalístico é sempre uma interpretação. Como tal, a

> fiabilidade aos fatos se dá em níveis ou graus de certeza, e a verdade é sempre uma aproximação (Lisboa; Benetti, 2015, pp. 15-16).

Como explicam as autoras, como o público percebe isso é que lhe oferece razões e evidências para crer no relato jornalístico e, ao cumprir com o seu papel, o jornalismo daria garantias da sua credibilidade. Esta justificação (da crença) é amparada na profissão por métodos e processos que têm o objetivo de reduzir o erro e a ocorrência de relatos falsos, além do dever moral e ético assumido pelos jornalistas (Lisboa; Benetti, 2015). A expectativa da audiência de que o conteúdo seja verdadeiro surge, então, por confiar nos processos de verificação e edição do jornalismo profissional (presunção de credibilidade). Ao jornalismo cabe a oferta de provas da veracidade do seu testemunho, amparadas nos recursos de apuração e estratégias de apresentação da narrativa, algo que os projetos de checagem de fatos fazem ao apresentar metodologias replicáveis, com certo grau de transparência.

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Este trabalho é resultado de uma abordagem exploratória, parte integrante de um projeto maior de pesquisa, que pretende observar iniciativas de *fact-checking* na América Latina. O objetivo é proporcionar uma aproximação e melhor entendimento acerca do fenômeno a ser investigado, identificando padrões de trabalho e modelos de coleta e dados que poderão ser aplicados a um *corpus* maior.

Para isso, além da pesquisa bibliográfica, adotamos a análise de conteúdo, que se ocupa basicamente com a análise de mensagens com a sistematicidade (por meio de procedimentos aplicados a todo o material analisável) e a confiabilidade (por garantir a objetividade, no sentido de que caso outras pessoas repetirem a análise diante do mesmo material e mesmas categorias, chegarão às mesmas conclusões). O objetivo é compreender de modo crítico o sentido das comunicações, seu conteúdo manifesto ou latente (Fonseca Jr., 2005). Neste caso, adotamos o modelo categorial, a partir de dois eixos básicos de sentido, apresentados no quadro a seguir:

Quadro 1 – Categorias de análise

Eixo de sentido 1	Antídoto para desinformação	● Referências a *fake news*, desinformação, conteúdo enganoso etc; ● Riscos, prejuízos e/ou ameaças; ● Combate e enfrentamento;

		● Defesa da missão, dos valores e da necessidade do *fact-checking*.
Eixo de sentido 2	Legitimação da verdade jornalística	● Compreensão sobre verdade; ● Discursos de legitimação; ● Valorização do jornalismo profissional; ● Referências a técnicas e/ou à ética jornalística.

Fonte: elaboração das autoras

Os materiais analisados foram coletados dos sites dos projetos de checagem de fatos, identificados a seguir, a partir dos textos de apresentação da iniciativa em si (quem somos, equipe, missão) e da metodologia de verificação adotada (escala de classificação entre falso e verdadeiro).

Para a seleção dos projetos para esta etapa do estudo definimos que fossem representantes de países da América do Sul; que se caracterizassem como independentes, ou seja, não vinculados a grupos da mídia tradicional; e que tivessem cinco anos ou mais de atuação. Sobre isso, levamos em consideração o balanço de 2023 feito pelo *Duke Reporter´s Lab*[8], que apontou que quase metade das organizações de checagem estavam ativas há cinco anos ou mais, enquanto o tempo de vida médio de um site de verificação de fatos é inferior a seis anos. A vida útil média dos 139 verificadores de fatos, que estavam inativos na ocasião do balanço, não chegou a três anos.

A alta taxa de mortalidade das iniciativas de verificação de fatos, como aponta Lelo (2022), levanta preocupações sobre sua sustentabilidade econômica, particularmente na América Latina. Então, diante de tais questões, selecionamos para esta análise exploratória iniciativas sul-americanas, não vinculadas a empresas jornalísticas, que tenham alcançado uma estabilidade (mais de cinco anos de atuação) e formas independentes de sustentação econômica.

Tabela 1 – Projetos de checagem de fatos analisados

Projeto	**País**	**Fundação**	**Site**
Chequeado	Argentina	2010	https://chequeado.com/
OjoPúblico	Perú	2015	https://ojo-publico.com/

[8] Disponível em: https://reporterslab.org/misinformation-spreads-but-fact-checking-has-leveled-off/. Acesso em: 13 set. 2024.

Aos Fatos	Brasil	2015	https://www.aosfatos.org/

Fonte: elaboração das autoras.

APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS

Foram três os projetos observados nesta etapa da pesquisa, apresentados a seguir:

1. Chequeado:

A agência *Chequeado* foi fundada em 2010 na Argentina e se apresenta como a primeira voltada ao *fact-checking* na América Latina. A atuação, em diferentes frentes, é guiada pelo lema: "Trabajamos para revalorizar la verdad y elevar el costo de la mentira"[9]. A checagem de fatos é centrada em discursos de figuras públicas, mas o veículo também se dedica a conteúdos viralizados na internet.

Além da verificação de fatos, a instituição produz notícias, promove ações de educação midiática para jovens e financia estudos para avaliar a efetividade de seus métodos. As notícias têm um cunho educacional e, em sua maioria, servem para esclarecer questões do debate democrático do cotidiano, como mostra o texto "Las 5 claves sobre la reforma laboral que reglamentó el gobierno de Javier Milei"[10].

A metodologia utilizada nas verificações é detalhada no site[11], sendo separada entre "verificación del discurso público" e "método contra la desinformación viral", em que todos os passos são descritos em ordem, com a explicação da classificação final: verdadeiro, falso, não verificável, "é verdade, mas…", errôneo, discutível, apressado, exagerado e insustentável. A agência *Chaqueado* afirma ser o único meio argentino certificado anualmente pelo International Fact-Checking Network (IFCN), além de participar do Journalism Trust Initiative.

Sobre as formas de financiamento, afirma ter um modelo diversificado e público, composto por doações individuais, apoios de empresas, atividades próprias (como eventos e participação em outros meios) e cooperação internacional[12]. Nos balancetes são apresentadas as instituições e empresas que contribuíram com recursos e apoios. Entre os parceiros estão grandes conglomerados de tecnologia, como Meta, TikTok e Twitter. Em

[9] Disponível em: https://chequeado.com/conocenos/. Acesso em: 23 set. 2024.
[10] Disponível em: https://chequeado.com/el-explicador/las-5-claves-sobre-la-reforma-laboral-que-reglamento-el-gobierno-de-javier-milei/. Acesso em: 28 set. 2024.
[11] Disponível em: https://chequeado.com/metodo/. Acesso em: 23 set. 2024.
[12] Disponível em: https://chequeado.com/financiamiento/. Acesso em: 28 set. 2024.

setembro de 2024, por exemplo, a *Chequeado* anunciou[13] uma parceria com a Google News Initiative para o lançamento de uma aceleradora de *fact-checking*, que visa atender 50 meios da Argentina, Chile, Colômbia, México e Perú.

2. OjoPúblico:

Criado em 2014, *OjoPúblico* se define como "un medio digital basado en Perú, reconocido por sus investigaciones de impacto y calidad en Latinoamérica". Apesar de fazê-lo em outros intertítulos, a plataforma não apresenta o termo "periodismo" em sua aba intitulada "Nosotros"[14]. Em contrapartida, o veículo menciona a definição de uma linha editorial, característica da prática jornalística. Dessa forma, sua cobertura se baseia "en la defensa de la democracia, la libertad de información, los derechos ciudadanos y la protección de nuestro ecosistema".

Sem dedicar-se exclusivamente ao *fact-checking*, produzindo notícias e também reportagens investigativas, *OjoPúblico* conta com uma rede transfronteiriça (com representantes no México, Equador e Colômbia apresentados na aba "Nuestro equipo"[15]). O veículo se mantém financeiramente com uma política de assinaturas, vendas de mercadorias em sua loja online, publicação de livros, além de contar com o financiamento de fundações e associações de cooperação internacional[16].

Lançado em 2015[17], o *OjoBiónico* é um espaço dedicado à checagem de informações dentro da plataforma *OjoPúblico*. O departamento de *fact-checking* se propõe a revisar "los mensajes y contenidos difundidos en la esfera pública (transmisiones de radio o televisión, redes sociales, eventos oficiales, eventos públicos)"[18]. A metodologia atualmente apresentada na aba dedicada ao *OjoBiónico* reforça seu alinhamento com padrões jornalísticos internacionais em diversos momentos, enfatizando uso de fontes verificáveis (nunca em *off*), diretas ou especializadas para o desenvolvimento da checagem. Com

[13] Disponível em: https://chequeado.com/junto-a-google-news-initiative-lanzamos-una-aceleradora-de-fact-checking-para-medios-de-america-latina/. Acesso em: 01 out. 2024
[14] Disponível em: https://ojo-publico.com/institucional#nosotros. Acesso em 27 set 2024.
[15] Disponível em: https://ojo-publico.com/institucional#equipo. Acesso em 27 set 2024.
[16] Disponível em: https://ojo-publico.com/institucional. Acesso em 27 set 2024.
[17] Disponível em: https://ojo-publico.com/61/ojobionico-un-escaner-para-verificar-el-discurso-publico. Acesso em: 27 set. 2024.
[18] Disponível em: https://ojo-publico.com/institucional/ojo_bionico_politicas_verificacion. Acesso em: 27 set. 2024.

categorias diferentes de sua primeira versão lançada em 2015, as informações hoje são catalogadas como “verdadero”, “falso”, “engañoso”, “impreciso” ou “no verificable”.

3. Aos Fatos:

Por último, a agência *Aos Fatos*, criada em 2015 no Brasil, apresenta-se como uma organização jornalística dedicada ao combate à desinformação, cujo diferencial seria a combinação entre “tecnologia e investigação jornalística para informar sobre as mentiras que os poderosos contam, endossam e financiam”, estabelecendo como compromisso central de sua missão “aumentar o custo da mentira na política”[19]. Desse modo, o projeto desempenha um papel na luta contra a insciência, ao oferecer uma abordagem sistemática e fundamentada na verificação de fatos para preservar “a integridade da informação no ambiente digital e na construção de políticas públicas”[20].

A sustentabilidade financeira de *Aos Fatos* se deve a uma diversificação de projetos que inclui, como eles apresentam, programa de apoiadores, patrocínios aos seus projetos de inovação e tecnologia, parcerias com empresas de tecnologia (como as grandes plataformas), além de produtos e serviços próprios de inteligência. Auditada pelo IFCN desde 2016 e certificada anualmente desde 2017, *Aos Fatos* trabalha com apenas três selos: falso, verdadeiro e “não é bem assim”.

A análise se seguiu a partir dos dois eixos de sentido, como explicado nos procedimentos metodológicos. Em relação ao **Eixo 1 - “Antídoto para desinformação”**, a plataforma peruana *OjoPúblico* explica que a verificação realizada por seu *OjoBiónico* não serve apenas para “detectar errores involuntarios o flagrantes falsedades”, mas também é orientada para gerar informação confiável para os cidadãos.

No que se refere à adoção de uma postura combativa diante da desinformação, o *OjoBiónico* é mais enfático em seu primeiro texto de apresentação, publicado em junho de 2015. O veículo argumenta que “si antes los políticos podían lanzar cualquier dato para salir del paso o distraer la atención, ahora deberán cuidarse de soltar datos falsos, inexactos o tergiversados, a riesgo de quedar expuestos a la condena de la opinión pública”.

Retornando à sua aba denominada “*OjoBiónico:* políticas y criterios de corrección”, de 2022, o departamento de *fact-checking* do *OjoPúblico* utiliza o texto para se situar

[19] Disponível em: https://www.aosfatos.org/quem-somos/. Acesso em: 27 set. 2024.
[20] Disponível em: https://www.aosfatos.org/politica-editorial/. Acesso em: 27 set. 2024.

geográfica e temporalmente, uma vez que o veículo também faz uso do argumento de que "la verificación del discurso público es una práctica periodística en expansión en todo el mundo" nos últimos anos.

A agência *Chequeado* referencia o combate às *fake news* a partir de afirmações como "Nuestra misión es mejorar la calidad del debate público para fortalecer la democracia en la Argentina y en el mundo."[21], sendo constantemente enfatizada nas abas de apresentação do projeto. Na página Conecenos, em especial, a própria ideia de antídoto é apresentada na missão "Desarrollar antídotos contra la desinformación."[22]

Para além do *fact-checking*, o veículo argentino se propõe como um agente de enfrentamento à desinformação através de suas outras iniciativas, sendo exemplificado na descrição do *Programa de Educación*, que produz recursos para incentivar estudantes do ensino básico a "construir autonomía a la hora de informarse y participar de forma crítica y activa en el debate público"[23]. A inovação também é citada como uma frente de ataque, principalmente quando referenciando as ferramentas criadas pela instituição, como por exemplo o aplicativo de verificação automática *Chequeabot*: "la innovación y la tecnología en combinación con la comunicación digital orientada a combatir la desinformación".[24]

Aos Fatos, do mesmo modo, busca mitigar os efeitos nocivos do obscurantismo ao fornecer informações precisas e contextualizadas, afirmando que "a verificação de fatos é uma ferramenta essencial para combater a proliferação de notícias falsas"[25]. Esse posicionamento não apenas esclarece a importância do projeto, mas também o coloca como um guardião da informação verídica.

A iniciativa fornece recursos e guias que capacitam os leitores a discernir informações verdadeiras de falsas, promovendo um engajamento ativo na busca pela verdade, assim como o *Chequeado*. Isso é exemplificado na afirmação de que "a conscientização sobre a desinformação é tão importante quanto a verificação em si"[26]. Ao fomentar essa consciência crítica, o projeto fortalece e reafirma o seu o papel na sociedade na luta contra a propagação de notícias inverídicas. Um exemplo notório é que, assim como a agência de checagem

[21] Disponível em: https://chequeado.com/acerca-de-la-fundacion/. Acesso em: 30 set. 2024.
[22] Disponível em: https://chequeado.com/conocenos/. Acesso em: 30 set. 2024.
[23] Disponível em: https://chequeado.com/educacion/. Acesso em: 30 set. 2024.
[24] Disponível em: https://chequeado.com/chequeabot-ahora-chequea-podcasts/. Acesso em: 30 set. 2024.
[25] Disponível em: https://www.aosfatos.org/quem-somos/. Acesso em: 27 set. 2024.
[26] Disponível em: https://www.aosfatos.org/quem-somos/. Acesso em: 27 set. 2024.

argentina. *Aos Fatos* também possui a sua própria robô para verificação de notícias disponível para o grande público, a *Fátima*[27].

Assim, *Aos Fatos* se posiciona como um antídoto essencial contra a desinformação, legitimando a sua importância por meio de uma combinação de transparência, rigor metodológico e educação do público, elegendo "declarações e publicações para checagem de acordo "com a influência do emissor e o potencial deletério da mentira", com o foco voltado para figuras públicas de autoridade.

Em relação ao **Eixo 2 - "Legitimação da verdade jornalística"**, a agência *Chequeado* apresenta seu argumento de credibilidade principalmente pela técnica. A metodologia de verificação é explicada em detalhes[28] para convencer o leitor da veracidade da análise. Nesse método, o autor da frase verificada é sempre consultado para que os dados originais sejam utilizados na checagem e, caso o contato não seja possível, são examinadas fontes documentais. Em ambas as situações, fontes adicionais são consultadas, podendo elas ser oficiais ou alternativas.

Em diversas abas do site, é enfatizada a ideia da construção de um veículo com rigor jornalístico a partir de inovações metodológicas e de tecnologia. O destaque dado a isso também é uma ferramenta de legitimação, visto que na instituição existe um departamento centrado em criar novas tecnologias que contribuam para a missão da agência.

Ainda no campo técnico, a agência argentina renova o próprio discurso de credibilidade, periodicamente lançando uma pesquisa[29] que busca avaliar a efetividade do *fact-checking* na manutenção do debate democrático. Paralelo a isso, o certificado da IFCN e os prêmios de jornalismo exibidos no site[30] servem como uma forma de credibilização através de agentes externos.

De forma semelhante, o peruano *OjoPúblico* recorre a ferramentas técnicas próprias do exercício jornalístico para validar sua credibilidade. Práticas como a triangulação de fontes, identificável no item 3 do procedimento do *OjoBiónico* ("El proceso de verificación incluye la revisión de no menos de tres fuentes claramente identificables (fuentes vivas o

[27] Disponível em: https://www.aosfatos.org/fatima/. Acesso em: 06 out. 2024.
[28] Disponível em: https://chequeado.com/metodo/. Acesso em: 30 set. 2024.
[29] Disponível em:https://chequeado.com/we-are-not-just-saying-it-we-are-proving-it-fact-checking-works/. Acesso em: 30 set. 2024.
[30] Disponível em: https://chequeado.com/conocenos/#transparencia. Acesso em: 30 set. 2024.

documentales)"); hierarquia na redação e a definição de critérios de correção, mencionadas em seu parágrafo dedicado à política de correções adotada pelo veículo.

No que diz respeito a valores éticos e deontológicos do exercício da profissão, *OjoPúblico* destaca o interesse público, a transparência na apuração e o direito de resposta ainda em sua aba dedicada a suas políticas e critérios de correção do *OjoBiónico*.

Percebe-se também a validação a partir do âmbito ético para a *Chequeado*. Em sua página de transparência, é citada a existência de um código de princípios e uma política de correção, que, dentre outras coisas, mencionam o "compromiso de imparcialidad y equidad [...] Compromiso de correcciones abiertas y honestas"[31]. Além disso, a agência demonstra transparência com os meios de financiamento da instituição (sendo divulgada em detalhes por meio de um boletim anual[32]).

O argumento do rigor jornalístico também é empregado pela agência *Aos Fatos*, que destaca constantemente a sua prioridade em manter a transparência diante do público, divulgando sua metodologia de apuração, referenciando fontes, corrigindo erros, prestando contas sobre seu financiamento, dialogando com a audiência e expondo as motivações por trás das suas atividades[33]. Além disso, o veículo reafirma a própria credibilidade por meio do reconhecimento de terceiros, como auditorias, a adesão ao código de conduta e o credenciamento fornecido pelo IFCN, e uma miríade de prêmios conquistados pelas iniciativas realizadas. Uma análise que, conforme a própria agência, "confere à organização o reconhecimento necessário para estabelecer parcerias de alto nível no combate à desinformação e eleva *Aos Fatos* à condição de protagonista em nível global na promoção de um jornalismo comprometido com a verdade."

O financiamento independente é evidenciado, mesmo nos projetos de tecnologia e inovação em que há parcerias com grandes empresas, casos em que *Aos Fatos* reitera a intransigência da agência até em relação aos seus patrocinadores: "Não há espaço no *Aos Fatos* para patrocinadores que pretendam interferir nas escolhas editoriais da Redação. [...] Aos Fatos cobre seus patrocinadores com o mesmo rigor que cobre quaisquer outras instituições engajadas direta ou indiretamente com desinformação e outras más condutas no ambiente digital e na concepção de políticas públicas."[34]

---

[31] Disponível em: https://chequeado.com/transparencia/. Acesso em: 30 set. 2024.
[32] Disponível em: https://chequeado.com/financiamiento/. Acesso em: 30 set. 2024.
[33] Disponível em: https://www.aosfatos.org/politica-editorial/. Acesso em: 30 set. 2024.
[34] Disponível em: https://www.aosfatos.org/sobre-o-aos-fatos/. Acesso em: 30 set. 2024.

Aos Fatos afirma se basear em critérios rigorosos e imparciais para a verificação de informações. A organização destaca que são analisados "dados e relatos de forma objetiva, sem viés político ou ideológico", não apenas corrigindo informações errôneas, mas também educando o público sobre como identificar a desinformação, porque “não devem perder contato com a dimensão humana da desinformação, buscando compreender e documentar como se dá a interação do indivíduo com informações falsas”, uma vez que “é de interesse público saber quem fatura econômica e politicamente com desinformação, ódio e demais violências impulsionadas pelos meios digitais”.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Observamos nos últimos anos um crescimento no número de iniciativas de *fact-checking* na América do Sul, algumas ligadas a grupos da mídia tradicional e outras destacam-se por serem projetos independentes, que fazem a verificação tanto de conteúdos virais na internet, quanto de discursos de políticos e personalidades públicas. A retomada de valores centrais do jornalismo, como o compromisso com a verdade e o rigor na apuração, é apontada como uma das razões para o rápido crescimento no número de checadores e também como um dos caminhos para a profissão diante da crise (Palau-Sampio, 2018; Ufarte-Ruiz, Peralta-García e Murcia-Verdú, 2018).

Na revisão de literatura e no próprio discurso dos projetos de checagem de fatos, verifica-se que a atividade é justificada pelo combate à desinformação, considerada como um “antídoto” para as *fake news*. Mesmo que pareçam enxugar gelo (enquanto uma desinformação é desmentida, outras tantas aparecem), as agências *Chaqueado* e *Aos Fatos*, por exemplo, defendem o papel de “elevar o custo das mentiras”, ao menos dificultando para os poderosos. Também é apontada a contribuição para a alfabetização midiática, não apenas esclarecendo sobre conteúdos falsos ou enganosos, mas ensinando o público a reconhecer a desinformação.

Ao reforçar a validade do *fact-checking*, estas ações estariam contribuindo também para revalorizar o jornalismo e destacar a necessidade da profissão. Ao combater a desordem informacional e defender a democracia, oferecendo informações verdadeiras para os cidadãos, estariam promovendo a retomada do jornalismo de serviço público, atacando o problema da crise de credibilidade das empresas jornalísticas, fazendo justamente o que o

jornalismo industrial não tem feito, ao comprometer a qualidade da sua produção, apostando em formatos mais sensacionalistas ou apenas declaratórios.

Os verificadores oferecem provas de veracidade quando detalham a sua metodologia ou mesmo empregam "selos" simplificadores sobre os conteúdos (verdadeiro, falso, exagerado, enganoso, não verificável etc.). Além disso, fazem uso de recursos narrativos, tanto nos discursos de legitimação da verdade, quanto nos textos de checagem, apropriando-se da linguagem jornalística para apresentar fontes, dados ou imagens que atestam a correspondência do que é dito com a realidade material.

Nos projetos analisados, além da técnica jornalística, evidenciada na metodologia de verificação e no trato com as fontes de informação, por exemplo, a ética é acionada quando se manifesta a defesa do interesse público, o compromisso com a imparcialidade e com a correção de erros. Por meio de suas apresentações, estas iniciativas buscam justificar a crença sobre a verdade que informam, para retomar a credibilidade jornalística. A pretensão de "melhorar a qualidade do debate público", ao "desenvolver antídotos" para as *fake news* e fiscalizar os poderosos (ainda que seja limitada a definição de quem sejam), retomam a função de *watchdog* do jornalismo, ao menos no discurso.

Além do "rigor jornalístico", as inovações tecnológicas e a independência são citadas pelos projetos observados para legitimar a informação que produzem. Entretanto, precisamos de mais estudos que analisem a eficácia dessas iniciativas, num cenário tão complexo de desordem informacional. Não se trata de atribuir aos checadores a total responsabilidade de solucionar a questão, mas de analisar objetivamente a atividade, para além dos discursos. Como abordagem exploratória, ampliamos a compreensão sobre o posicionamento dessas iniciativas na região, levando-nos a seguir na abordagem em duas frentes: primeiro, em relação aos desafios para a sustentabilidade e a independência, sobretudo quando o financiamento vem de plataformas digitais, organismos internacionais ou empresas privadas; e, segundo, propomos investigar mais a fundo o potencial de inovação que estes projetos trazem, tanto em relação aos modelos de negócio, quanto no emprego de tecnologias e desenvolvimento de novos produtos informacionais.

REFERÊNCIAS

AGNEZ, L. F.; MOURA, D. O. A checagem de fatos e o reposicionamento do jornalismo no contexto da desordem informacional. In: 17° Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo. **Anais [...]** Universidade Federal de Goiás, Goiânia, novembro de 2019.

BENKLER, Y.; FARIS, R.; ROBERTS, H. **Network propaganda: Manipulation, Disinformation, and Radicalization in American Politics**. New York: Oxford University Press, 2018.

BERGER, G. **Fake news and the future of professional and ethical journalism**. Unesco, 2017. Disponível em: https://en.unesco.org/sites/default/files/fake_news_berger.pdf. Acesso em: 18 jul. 2019.

BUCCI, E. Veracidade jornalística. In: **Enciclopédia INTERCOM de Comunicação**, vol. 1, Conceitos. São Paulo: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2010.

FENAJ – Federação Nacional dos Jornalistas Brasileiros. **Código de Ética**. Vitória, ES, 2007.

FONSECA JR., W. C. da. Análise de conteúdo. In: DUARTE, J.; BARROS, A. (org.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2005, p. 280-304.

LELO, T. The Rise of the Brazilian Fact-checking Movement: Between Economic Sustainability and Editorial Independence. **Journalism Studies**, vol. 23, n. 9, 2022.

LELO, T.; PACHI FILHO, F. Credibilidade em disputa no jornalismo digital: estratégias discursivas das agências de fact-checking brasileiras vinculadas aos conglomerados de mídia. **Est. mensage period.**, 27 (2), 2021.

LISBOA, S.; BENETTI, M. O jornalismo como crença verdadeira justificada. **Brazilian Journalism Research**, vol. 11, n. 2, 2015.

LOTERO-ECHEVERRI, G.; ROMERO-RODRÍGUEZ, L. M.; PÉREZ-RODRÍGUEZ, C. A. 'Fact-checking' vs. 'fake news': periodismo de confirmación como recurso de la competencia mediática contra la desinformación. **Index Comunicación**, n. 8 (2), 2018.

MORENO-GIL, V.; RAMON, X.; RODRÍGUEZ-MARTÍNEZ, R. Fact-Checking Interventions as Counteroffensives to Disinformation Growth: Standards, Values, and Practices in Latin America and Spain. **Media and Communication**, v. 9, issue 1, 2021.

MORETZSOHN, S. O joio, o trigo, os filtros e as bolhas: uma discussão sobre fake news, jornalismo, credibilidade e afetos no tempo das redes. **Brazilian Journalism Research**, Brasília, v. 15, n. 3, 2019.

PALAU-SAMPIO, D. Fact-checking y vigilancia de poder: La verificación del discurso público en los nuevos medios de América Latina. **Communication & Society**, 31(3), pp. 347-365, 2018.

PEREIRA, F. H. O 'Jornalista Sentado' e a Produção da Notícia on-line no CorreioWEb. **Em Questão**, Porto Alegre, v. 10, n. 1, pp. 95-108, jan./jun. 2004.

RIBEIRO, M. M.; ORTELLADO, P. O que são e como lidar com as notícias falsas. **SUR – Revista Internacional de Direitos Humanos**, v.15 n.27, 2018, pp. 71 – 83.

RODRÍGUEZ-PÉREZ, C. R. Una reflexión sobre la epistemología del fact-checking journalism: retos y dilemas. **Revista de Comunicación**, Piura, v.19, n. 1, 2020.

ROXO, M.; MELO, S. Hiperjornalismo: uma visada sobre fake news a partir da autoridade jornalística. **Famecos**, Porto Alegre, v. 25, n. 3, set/dez, 2018.

SODRÉ, M. **Antropológica do espelho**. Petrópolis: Vozes, 2008.

TAMBOSI, O. Jornalismo e teorias da verdade. **Intercom** – Revista Brasileira de Ciências da Comunicação, São Paulo, v.30, n.1, p. 35-48, jan./jun. 2007.

UFARTE-RUIZ, M. J.; PERALTA-GARCÍA, L.; MURCIA-VERDÚ, F. J. Fact-checking: un nuevo desafío del periodismo. **El profesional de la información**, v. 25, n. 4, jul./ago. 2018.

WAISBORD, S. A sociedade civil pode mudar o jornalismo? A experiência do jornalismo de defesa civil na América Latina. **Brazilian Journalism Research**, Brasília, v. 2, n. 1, 2009.

WARDLE, C.; DERAKHSHAN, H. Thinking about 'information disorder': formats of misinformation, disinformation and mal-information. In: IRETON, C.; POSETTI, J. (Eds.) **Journalism, fake news and disinformation**. Handbook of Journalism, Education and Training. Unesco Series in Journalism Education. Paris: United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization, 2018.

Os(as) autores(as) são responsáveis pela fidedignidade dos dados apresentados.

PERFIL DOS PROFISSIONAIS DE TELEJORNALISMO NO ESPÍRITO SANTO: UMA ANÁLISE QUANTI-QUALITATIVA

Patrick Lóss Fernandes da Silva[1]
Arthur Fiel[2]

RESUMO

O estudo analisou o perfil dos profissionais de telejornalismo no Espírito Santo. Para isso, foi aplicado um questionário para obter dados demográficos e profissionais, subsidiando uma análise quanti-qualitativa. Os resultados indicam predominância de jovens, brancos, heterossexuais e maioria feminina na cadeia do telejornalismo capixaba. Também evidenciou relatos de constrangimentos, assédio e machismo entre as mulheres e a necessidade de ações de inclusão e diversidade na área.

Palavras-chave: Telejornalismo; Espírito Santo; Dados Demográficos; Jornalistas.

PROFILE OF TELEVISION JOURNALISM PROFESSIONALS IN ESPÍRITO SANTO: A QUANTITATIVE AND QUALITATIVE ANALYSIS

ABSTRACT

The study analyzed the profile of television journalism professionals in Espírito Santo. A questionnaire was applied to gather demographic and professional data, supporting a quantitative and qualitative analysis. Results show a predominance of young, white, heterosexual professionals, with women as the majority. The study also highlighted reports of harassment and sexism among women, emphasizing the need for inclusion and diversity initiatives in the field.

Keywords: Television Journalism; Espírito Santo; Demographic Data; Journalists.

INTRODUÇÃO

A gênese do audiovisual representa um avanço na busca por técnicas que proporcionem a representação mais fiel possível da realidade (Rossini, 2020). À medida que se desenvolveu como um campo específico, o audiovisual passou por transformações estruturais que, no Brasil, colocaram cinema e televisão como formas de representação divergentes, tanto por seus produtos quanto por suas políticas (Bahia e Amâncio, 2010).

Ao observar a mídia televisiva no Brasil, desde sua fundação em 1950, ela assumiu um papel de destaque na disseminação de informações e na construção da memória coletiva

[1] Graduando em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo, Universidade Federal do Espírito Santo, patricklfsilva@hotmail.com.
[2] Professor do Departamento de Comunicação Social e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Territorialidades, Universidade Federal do Espírito Santo, arthur.fiel@ufes.br.

nacional. Ainda hoje, a televisão é o principal meio de comunicação em massa no país, ultrapassando seu caráter de veículo de notícias e ficção, e se consolidando como um espaço onde se constroem e refletem identidades e subjetividades (Leite, 2018; Becker, 2022a).

Dessa forma, nas sete décadas de história da televisão brasileira, o esforço para democratizar seu acesso em todo o território nacional, de dimensões continentais, está imbuído de um forte contexto social. Isso pois a televisão desempenha um papel social, político e cultural, e atua como um meio de produzir, reproduzir, divulgar e reforçar significados e valores que moldam os modos de vida dos brasileiros (Leite, 2018; Fischer, 2001, *apud* Nogueira, 2004).

Nesse processo, o telejornalismo no Brasil consolidou-se na década de 1960 como um novo gênero, com uma linguagem própria e uma representação fiel das realidades, em oposição às liberdades narrativas que predominavam no audiovisual até então (Becker, 2022b). Do "Repórter Esso", transmitido pela primeira pela TV Tupi em 1953, ao "Jornal Nacional", da TV Globo, o maior telejornal atual do país, diversos profissionais produziram e transmitiram notícias, com suas características e subjetividades próprias, tornando-se "senhores da memória" de milhões de brasileiros (Musse e Thomé, 2015; Vilela, 2024).

Durante a história do telejornalismo no Brasil, transformações que envolvem desde aspectos tecnológicos a recursos humanos, fizeram com que os profissionais que atuam no setor se adptassem a realidades distintas. Por isso, para entender as diversas perspectivas de produção do telejornalismo, é necessário, sobretudo, compreender quem são os seus atores.

Diante do exposto, a fim de entender quem são os profissionais que atuam no telejornalismo e contribuem para a construção da memória coletiva no Estado do Espírito Santo, este estudo buscou analisar o perfil dos profissionais do telejornalismo capixaba. Para tal, foi aplicado um questionário com profissionais do setor a fim de subsidiar uma análise quanti-qualitativa dos dados obtidos. Considera-se a relevância desta pesquisa devido a ausência de estudos ou relatórios sobre os profissionais abordados neste espaço geográfico, tanto na academia como por parte dos órgãos representativos da classe.

OS PROFISSIONAIS DE JORNALISMO NO BRASIL E NO ESPÍRITO SANTO

Dentre os principais desafios durante o processo de construção deste estudo, é preciso destacar a falta de dados e pesquisas sobre os profissionais tanto de telejornalismo, como do jornalismo como campo maior. Não foram disponibilizados registros pelo sindicato

que representa a classe no Espírito Santo e não foram encontrados outros estudos sobre o tema no local analisado.

A escassez desses dados também é notória no cenário nacional. Há, entretanto, o Relatório do Perfil do Jornalista Brasileiro (Lima *et al*., 2022), que apresenta dados diversos e importantes sobre profissionais que atuam nas diversas áreas do jornalismo em todo o país. No documento os autores convergem com o apresentado anteriormente, ao tratarem sobre o desafio de estimar o número de jornalistas em atuação no país, visto a ausência de conselho, ordem ou outra organização que centralize,monitore e atualize os dados.

Além disso, o relatório de Lima *et al*. (2022), aponta uma crescente precarização da profissão do jornalista, influenciada por fatores como tecnologias da informação, novos hábitos do consumo de informações e do cenário de escassez de recursos para financiar a indústria da informação. A partir deste relatório, sob as mesmas perspectivas e desafios, também foi divulgado o Perfil do Jornalista do Sudeste (Lima *et al*., 2023), que será utilizado para fins de comparação dos dados obtidos no presente estudo, por questões de inserção geográfica.

De forma similar as considerações apresentadas, Sonegheti e Bellan (2021), ao analisar quem são os jornalistas na nova morfologia do trabalho, apresentaram uma análise sobre o cenário capixaba e concluíram que as empresas de comunicação no Espírito Santo não comportam o número de profissionais do Estado. As oportunidades são concentradas e limitadas na região da Grande Vitória e muitos jornalistas buscam emprego em assessorias de imprensa ou nos departamentos de comunicação de órgãos públicos, o que não é suficiente para atender à demanda de trabalhadores do Estado.

Dessa forma, o telejornalismo concentra uma parcela ainda menor e mais específica de profissionais no Estado. Para entender onde estão e quem são os profissionais que atuam no telejornalismo capixaba, faz-se necessário apresentar como se deu o processo histórico da mídia televisiva no Estado e refletir sobre o contexto social local.

A TELEVISÃO NO ESPÍRITO SANTO

Mesmo com concessões governamentais, a televisão no Brasil é fruto da iniciativa privada e pertencente, em sua maioria, a famílias ricas e tradicionais. Logo, esse aparelho formador da opinião pública, favorece e mantém interesses e privilégios da elite, sem se

comprometer com as causas públicas e com a diversidade da população brasileira (Sodré, 1999; Costa e Henriques, 2016).

A história da televisão no Estado do Espírito Santo é semelhante, embora tardia. Em seu estudo sobre o tema, Martinuzzo (2012) aponta que com o desenvolvimento mais lento do Estado em diversas áreas, incluindo nas comunicações, a televisão começou a operar no Espírito Santo apenas em 1962, com a fundação da TV Vitória, uma retransmissora da TV Tupi.

O desenvolvimento tardio da mídia capixaba contribuiu para moldar um cenário conservador, onde os meios de comunicação desempenharam um papel crucial na manutenção e reforço desse viés. A chegada da televisão, impulsionada por figuras políticas e empresariais locais, foi marcada por improvisação e amadorismo. A instalação de emissoras de TV foi, em muitos casos, uma iniciativa que contou com o apoio desses mesmos políticos e representantes da elite local, alinhada aos interesses conservadores predominantes (Martinuzzo, 2012).

Entre as principais emissoras que surgiram e ainda atuam no Estado, destaca-se a TV Gazeta, afiliada da Rede Globo, fundada oficialmente em 1976. A emissora, pertencente à família Monteiro Lindenberg, é fundamental para o entendimento do cenário midiático capixaba, sendo exemplo de como os meios de comunicação no Estado estão historicamente ligados a elites políticas e econômicas locais. Além dela, é importante destacar a TV Vitória, que foi a pioneira no Estado; a TV Tribuna, afiliada ao SBT; a TV Capixaba, afiliada à Rede Bandeirantes; e a TVE Espírito Santo, emissora pública, pioneira na transmissão em cores e na produção de conteúdo local, com um papel essencial na difusão de informações e na formação da identidade capixaba (Martinuzzo, 2012).

Nesses e em outros canais, diversos profissionais atuam desde a produção à distribuição de notícias para a sociedade capixaba por meio de seus produtos telejornalísticos. A partir do questionário “Perfil dos profissionais do Telejornalismo capixaba”, descrito a seguir na metodologia deste estudo, foi possível obter dados sobre os atores que estão diante e por trás das câmeras dos telejornais capixabas.

METODOLOGIA

Este estudo pode ser classificado como uma pesquisa: aplicada, por utilizar e aplicar conceitos e conhecimentos para analisar a realidade estudada e entender o problema, a fim

de motivar soluções; e descritiva, ao ponto que foram obtidos e analisados dados que caracterizam e descrevam a população de profissionais no telejornalismo no Estado do Espírito Santo.

De acordo com Gil (2008), uma pesquisa tem por objetivo descobrir respostas para os problemas propostos por meio de procedimentos científicos. Dessa forma, para atingir o objetivo deste estudo de identificar o perfil dos profissionais que atuam no telejornalismo no Estado do Espírito Santo, foi elaborado e aplicado um questionário intitulado “Perfil dos Profissionais do Telejornalismo Capixaba”.

O questionário foi aplicado de forma online entre os profissionais de veículos de comunicação do Espírito Santo, a fim de obter dados e analisar, de forma quantitativa, toda a população de profissionais do setor. Num primeiro momento, os pesquisadores elaboraram uma lista com nomes e contatos de profissionais que atuam nos telejornais capixabas em diversas regiões e emissoras. Na sequência, o questionário foi encaminhado aos profissionais por e-mail e aplicativos de mensagens, recebendo respostas de forma anônima, entre 14 de maio e 6 de junho de 2024.

Ao todo, foram recebidas 55 respostas, um número considerável para fins estatísticos, visto o telejornalismo ser um nicho específico da comunicação e o Relatório do Perfil do Jornalista Brasileiro 2021 (Lima et al., 2022), que avalia jornalistas de todas as áreas de atuação, apresentar 74 participantes do Espírito Santo.

O questionário foi dividido em três seções: a) Dados demográficos: questões objetivas sobre idade, cor/raça, gênero e orientação sexual; b) Atuação profissional: questões objetivas sobre tempo de atuação no telejornalismo, função desempenhada e área de atuação; c) Experiência profissional: os respondentes foram questionados sobre eventuais constrangimentos no ambiente de trabalho e a influência das vivências pessoais no desempenho profissional, sendo essas questões opcionais e com espaço para relato pessoal.

Após o encerramento do período de respostas, os pesquisadores realizaram as análises dos resultados obtidos. De forma inicial, foi feita uma análise de todas as respostas para, na sequência, realizar o cruzamento dos dados das respostas e análises à luz da literatura abordada, que subsidiam a discussão aqui apresentada.

RESULTADOS: O PERFIL DOS PROFISSIONAIS DO TELEJORNALISMO NO ESPÍRITO SANTO

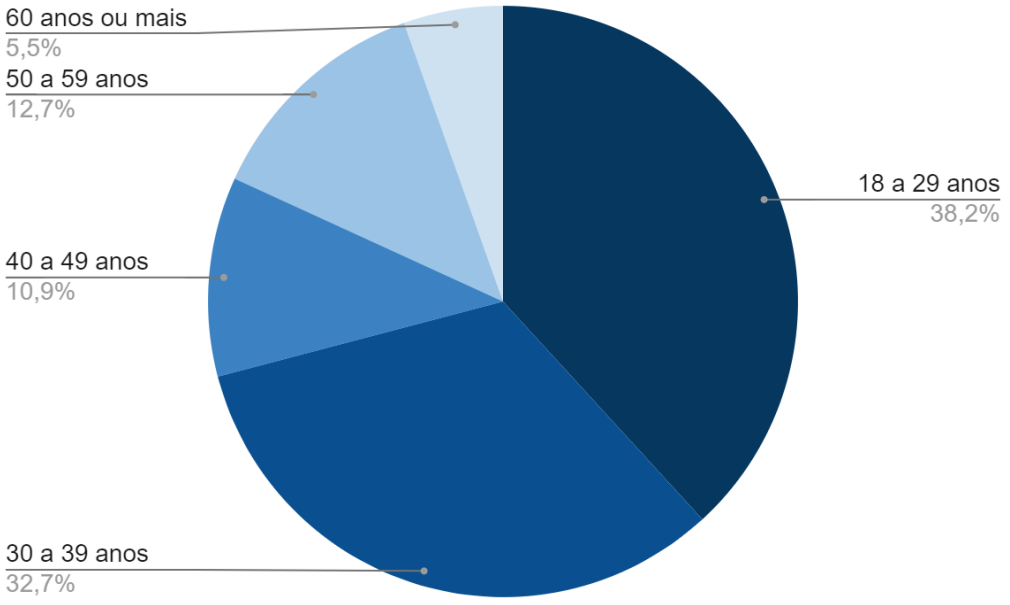
DADOS DEMOGRÁFICOS

A partir da pesquisa realizada, pode-se afirmar que os profissionais que atuam no telejornalismo capixaba são, em sua maioria, jovens, brancos e heterossexuais. A seguir serão apresentados e detalhados os dados sobre cada categoria pesquisada.

Inicialmente, sobre a idade dos respondentes, evidenciou-se que a faixa etária dos profissionais revela uma predominância de pessoas mais jovens. O Gráfico 1 apresenta que 38,2% (21 entrevistados) têm entre 18 e 29 anos, e 32,7% (18) estão na faixa de 30 a 39 anos, ou seja, mais de 70% possuem menos de 40 anos.

Essa característica sugere que o telejornalismo no Espírito Santo vem a ser uma profissão atraente para os mais novos, possivelmente em busca de oportunidades em um campo que está em constante transformação. A presença de profissionais mais jovens também indica uma nova geração de jornalistas, com outras perspectivas e maior familiaridade com as tecnologias digitais, essenciais no cenário contemporâneo da comunicação e do telejornalismo.

Gráfico 1 - Distribuição etária dos profissionais de telejornalismo no Espírito Santo

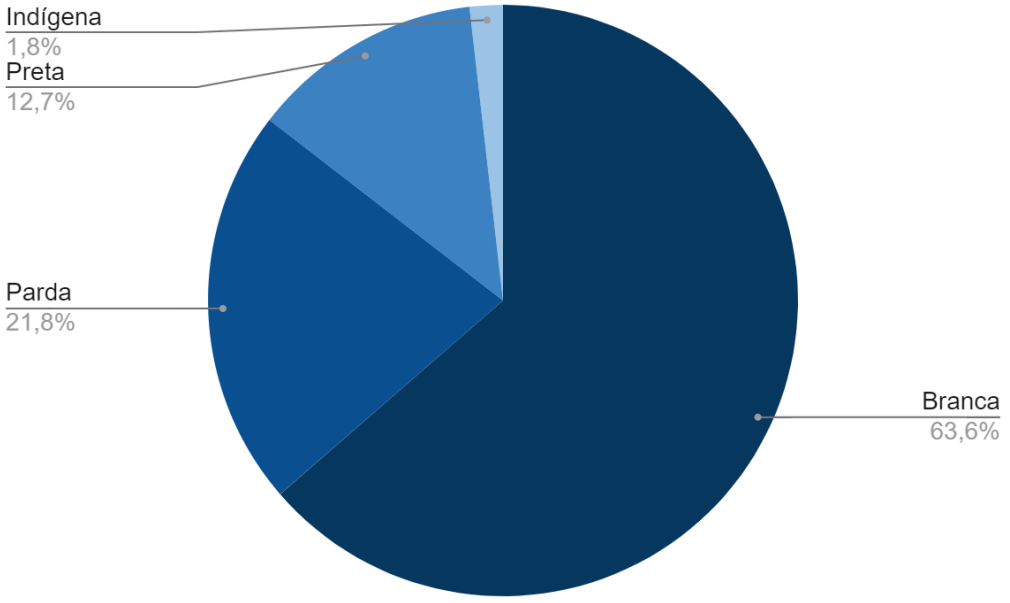


Fonte: Elaborado pelos autores 2024

A análise das respostas sobre cor/raça dos participantes, expostas no Gráfico 2, mostrou uma predominância significativa de profissionais brancos, com 63,6% (35 respostas)

nessa categoria, seguidos por 21,8% pardos (12 respostas), 12,7% pretos (7 respostas) e 1 respondente que se autodeclarou indígena 1,8%. Essa concentração de jornalistas brancos tende a ser um reflexo das desigualdades históricas e sociais do Brasil e do Estado do Espírito Santo, onde a diversidade étnica nem sempre se reflete nas esferas profissionais. Considera-se, neste tópico, que a falta de representatividade racial pode dificultar a promoção do jornalismo plural e inclusivo, que aborde, de fato, a complexidade da sociedade capixaba. A diversidade é fundamental para que a cobertura jornalística reflita as realidades e as vozes e as subjetividades de todos os segmentos da população (Martins e Martins, 2021).

Gráfico 2 - Distribuição racial dos profissionais de telejornalismo no Espírito Santo



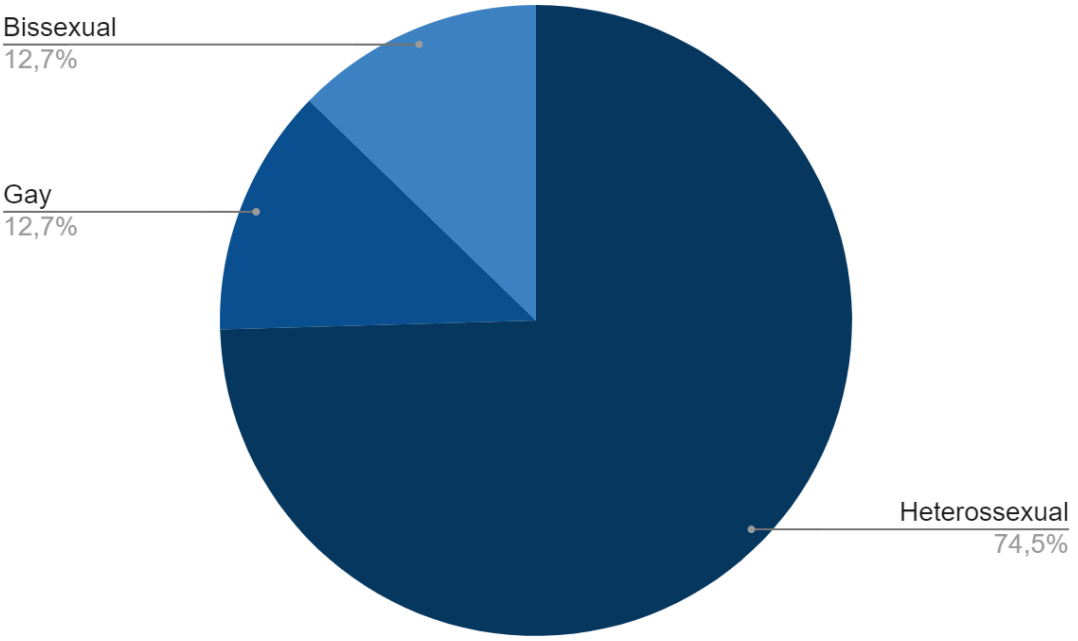
Fonte: Elaborado pelos autores 2024

Na questão de gênero, entre os respondentes, 56,4% (31) se identificaram como mulheres e 43,6% (24) como homens, indicando que a maior parte dos profissionais no telejornalismo capixaba é feminina. Tais dados são um indicativo positivo, visto que sugere uma maior participação das mulheres em um campo historicamente dominado por homens (Gomes, 2018). Porém, cabe questionar e analisar em outro estudo os cargos que essas mulheres ocupam, sobretudo em posições de liderança e decisão.

Outra abordagem essencial nessa questão de gênero é a ausência de respostas de pessoas não binárias, o que destaca a necessidade de ferramentas e políticas de inclusão e diversidade de gênero nas redações.

Já sobre a orientação sexual, 74,5% (41) dos entrevistados se identificaram como heterossexuais, 12,7% (7) como gays, e 12,7% (7) como bissexuais, conforme disposto no Gráfico 3. Não houve respostas para as categorias lésbica, assexual, pansexual, queer ou outra identificação. Esses dados mostram que embora uma maioria heterossexual, há uma diversidade notória na profissão, mesmo que a representação de diferentes orientações ainda seja limitada. Considera-se também que a inclusão de amplas identidades pode enriquecer a narrativa e a abordagem dos temas tratados na telejornalismo, por meio dos discursos e das subjetividades dos atores da comunidade LGBTQIA+ (Silva e Fiel, 2024).

Gráfico 3 - Orientação sexual dos profissionais de telejornalismo no Espírito Santo



Fonte: Elaborado pelos autores 2024

Ao comparar os dados apresentados correspondentes ao cenário capixaba com os do Perfil dos Jornalistas da região Sudeste (Lima, *et al.*, 2023) algumas semelhanças e divergências tornam-se evidentes. Em ambos os contextos, há uma predominância de profissionais jovens. Entretanto, enquanto no Espírito Santo, a faixa etária mais representativa é entre 18 e 29 anos, no Sudeste a maior concentração está na faixa entre 31

a 40 anos. Os dados mostram uma característica comum de juventude no telejornalismo da região, porém, em termos de Sudeste, há uma proporção maior de profissionais acima dos 40 anos, o que difere do cenário capixaba .

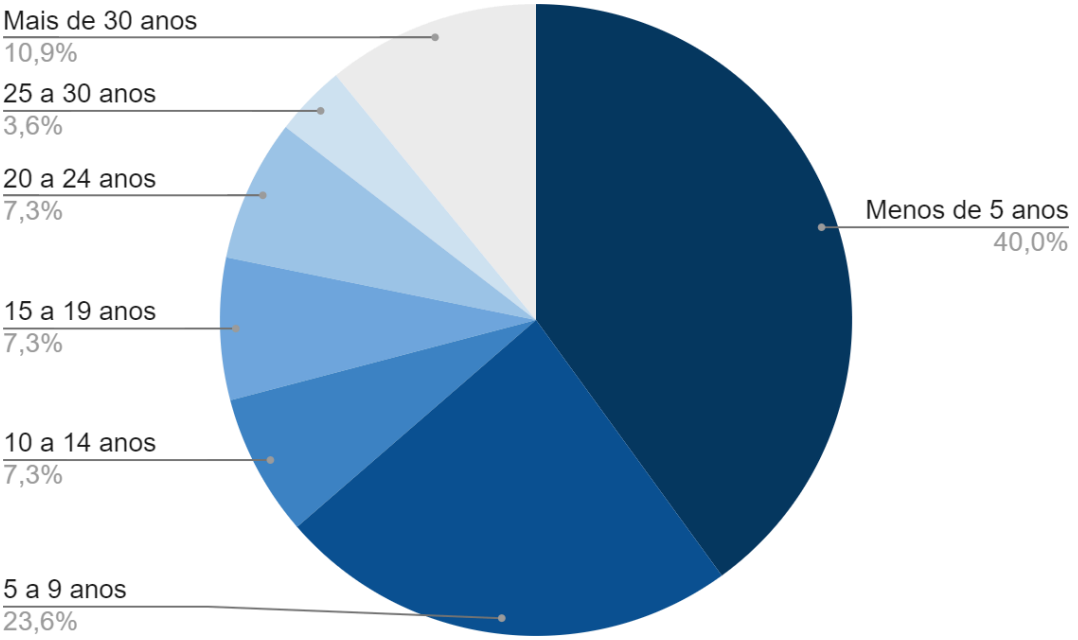
Em relação à cor/raça, tanto no Espírito Santo quanto no Sudeste, a maioria dos profissionais se autodeclara branca. No Espírito Santo, 63,6% dos respondentes são brancos, enquanto no Sudeste esse número sobe para 72,9%. A presença de profissionais negros (pardos e pretos) é relativamente pequena em ambos os contextos, embora no Espírito Santo haja uma proporção ligeiramente maior de profissionais pretos e pardos (34,5%) em comparação com o Sudeste (25,2%), evidenciando a sub-representação racial, especialmente de pessoas negras, no telejornalismo.

Na questão de gênero, no Espírito Santo, o equilíbrio é mais evidente, com 56,4% de mulheres e 43,6% de homens, enquanto no Sudeste, a presença feminina é mais dominante, com 60,1% de mulheres.

SOBRE A PROFISSÃO

No que tange ao tempo de atuação desses profissionais no telejornalismo, a maioria dos respondentes afirmou estar no início de suas carreiras, com 40% (22 respostas) atuando há menos de 5 anos e 23,6% (13 respostas) entre 5 a 9 anos. Esse cenário pode sugerir uma alta rotatividade no setor, com muitos jornalistas ainda em fase de adaptação e aprendizado e trocas de funções ou até mesmo de profissões. A presença de profissionais com mais experiência (mais de 20 anos de profissão) é representada por 21,8%, como apresentado no Gráfico 4.

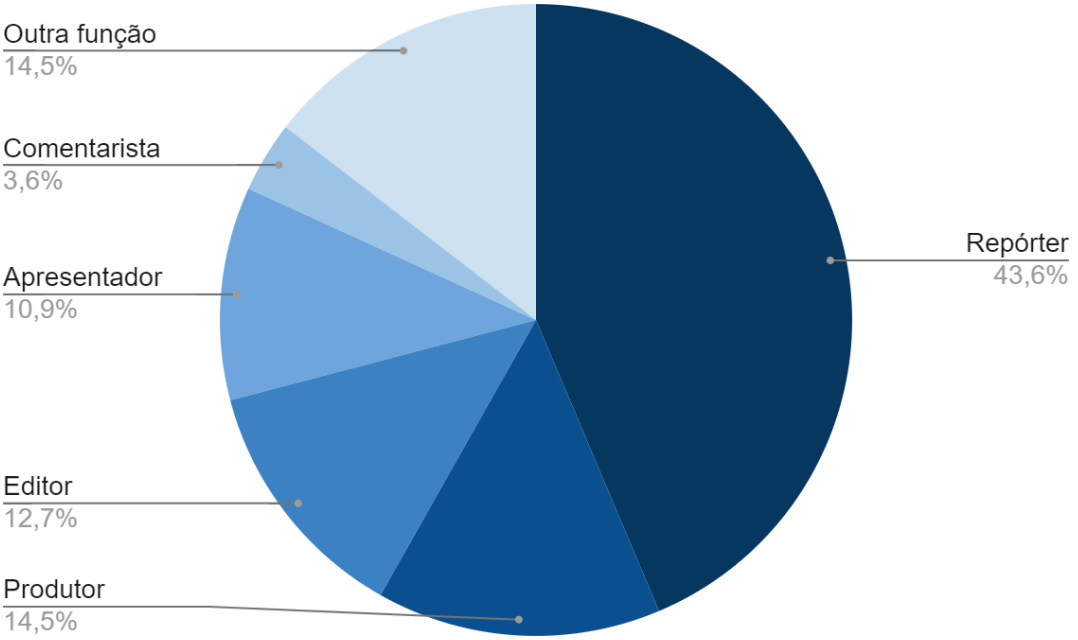
Gráfico 4 - Tempo de atuação dos profissionais de telejornalismo no Espírito Santo



Fonte: Elaborado pelos autores 2024

Em relação à função desempenhada, a maioria deles, ou seja, 43,6% (24 respostas) dos profissionais entrevistados atuam como repórteres, e os demais se dividem em funções de apresentadores, comentaristas, editores, produtores, entre outras (Gráfico 5). Com uma estrutura enxuta nas redações, muitos jornalistas atuam em diversas funções, refletindo a realidade de que as redações têm se adaptado, colocando um mesmo profissional para cobrir múltiplas tarefas. Essa multifuncionalidade tende a ser um reflexo da pressão econômica e da necessidade de agilidade e do imediatismo nas operações jornalísticas.

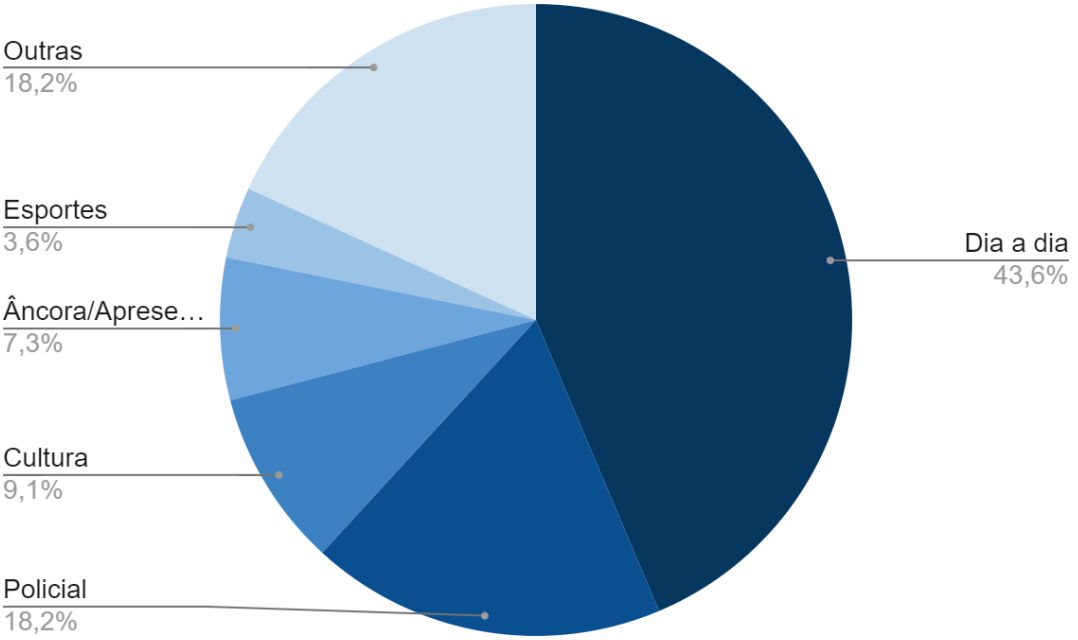
Gráfico 5 - Função de atuação dos profissionais de telejornalismo no Espírito Santo



Fonte: Elaborado pelos autores 2024

Quando se trata da área de atuação, 43,6% (24 respostas) dos profissionais responderam trabalhar com "Dia a dia", enquanto 18,2% (10 respostas) atuam na área policial e 9,1% (5 respostas) na cultura. A concentração de jornalistas na área de "dia a dia" sugere uma cobertura diversificada, mas também implica que os profissionais são frequentemente exigidos a se especializar em múltiplos temas. O Gráfico 6 apresenta os resultados das áreas de atuação dos jornalistas nas editorias dos telejornais.

Gráfico 6 - Áreas/Gênero de atuação dos profissionais de telejornalismo no Espírito Santo



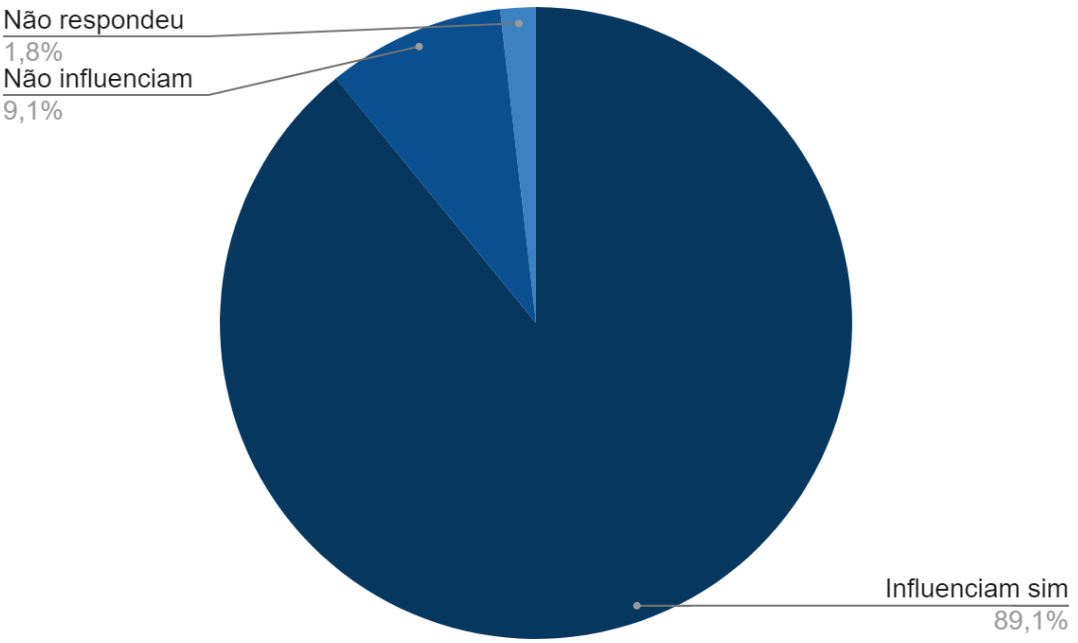
Fonte: Elaborado pelos autores 2024

VIVÊNCIAS, SUBJETIVIDADES E DESAFIOS

Ao serem questionados sobre a influência das vivências pessoais no exercício profissional, a grande maioria dos profissionais, 89,1% (49 respostas), afirmou que suas vivências pessoais influenciam diretamente o modo que exercem a profissão no telejornalismo (Gráfico 7). A pergunta incluiu desde a escolha de pautas até a forma como uma notícia é apresentada.

Portanto, este dado revela como as experiências individuais dos jornalistas são cruciais na produção jornalística, o que pode indicar uma maior subjetividade na cobertura e escolha dos temas abordados nos telejornais, como uma das mudanças nos paradigmas do jornalismo, proposta por Moraes (2018). Este resultado é relevante, pois demonstra que as questões pessoais, como as questões de gênero, raça, e orientação sexual, já abordadas anteriormente, acabam por moldar a abordagem profissional, criando um espaço para que temas importantes e representativos ganhem espaço nos veículos de comunicação.

Gráfico 7 - Profissionais que acreditam que as vivências pessoais influenciam ou não na profissão

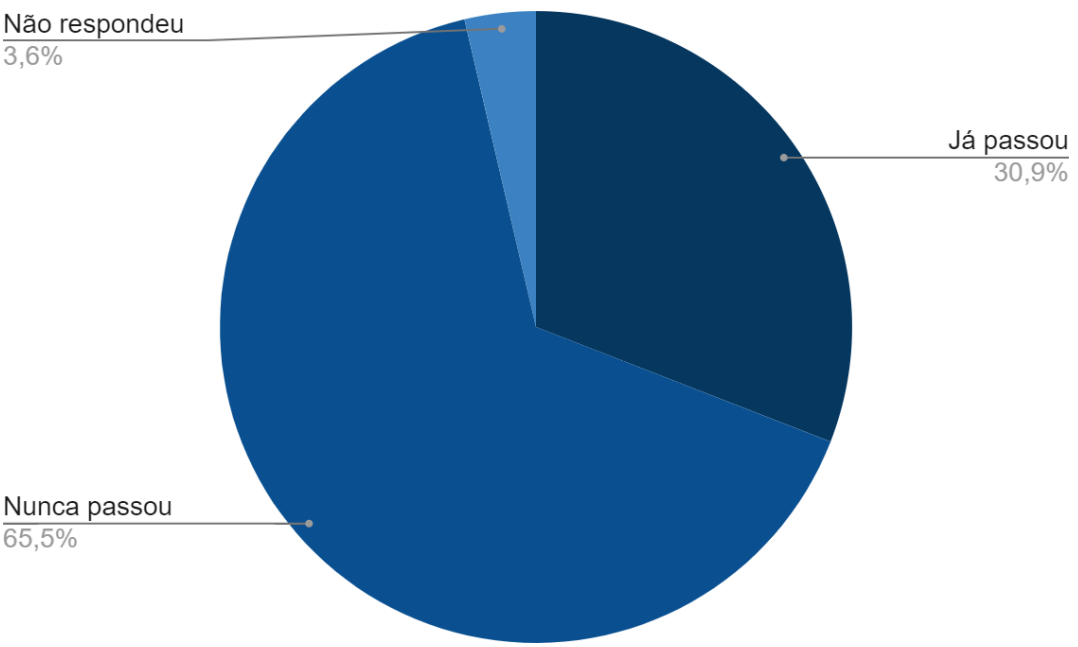


Fonte: Elaborado pelos autores 2024

Já quando questionados se já haviam passado por algum tipo de constrangimento no exercício da profissão devido a fatores como cor, gênero ou orientação sexual, 30,9% (17 respostas) dos jornalistas responderam que sim, como apresentado no Gráfico 8. Esse percentual é alarmante e indica que quase um terço dos profissionais já enfrentou situações de discriminação ou desconforto em seu ambiente de trabalho.

Os casos de constrangimento podem estar relacionados a preconceitos estruturais no campo do telejornalismo, refletindo a sociedade em que se insere. Isso revela que, embora haja avanços na representatividade e diversidade no jornalismo, ainda há barreiras significativas a serem superadas no que diz respeito à igualdade e inclusão no ambiente de trabalho.

Gráfico 8 - Profissionais que afirmam ou não ter passado por constrangimentos na profissão



Fonte: Elaborado pelos autores 2024

Na última pergunta do questionário, direcionada aos profissionais que afirmaram já ter passado por algum tipo de constrangimento no exercício profissional, foi oferecida a oportunidade de descrever relatos de forma aberta. Das 14 respostas recebidas, 12 foram feitas por mulheres, correspondendo a 85,71% dos relatos. Os depoimentos apontaram situações de assédio e machismo, evidenciando que, no telejornalismo capixaba, as mulheres ainda enfrentam desafios relacionados ao sexismo no ambiente de trabalho. Esses relatos indicam que, além de enfrentarem a pressão comum da profissão, as mulheres têm de lidar com atitudes e comportamentos discriminatórios, muitas vezes direcionados à sua condição de gênero, o que impacta tanto seu bem-estar quanto seu desempenho profissional.

Este dado reforça a persistência de uma cultura machista em espaços de comunicação, onde as dinâmicas de poder podem favorecer comportamentos abusivos e minimizar a representatividade feminina, embora estejam em maior número entre os profissionais do telejornalismo.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Perante o exposto, é notório que os dados obtidos e analisados no cenário capixaba refletem a realidade nacional e regional. A análise dos dados demonstrou a predominância de profissionais jovens no Estado do Espírito Santo, não muito divergente do cenário nos demais estados da região. Os dados também evidenciaram que a questão da representatividade racial no telejornalismo capixaba segue sendo um desafio, tanto em frente às câmeras quanto nos bastidores. Outro ponto de destaque foi a questão de gênero. Apesar de um equilíbrio de gênero no Espírito Santo, os relatos de assédio e machismo, predominantemente feitos por mulheres, evidenciam que, mesmo com uma participação feminina expressiva, ainda há inúmeros desafios a serem superados no ambiente de trabalho.

Diante disso, o estudo indica a necessidade de ações que promovam maior inclusão, tanto em termos de representatividade racial quanto de igualdade de gênero, no telejornalismo capixaba.

Outrossim, os resultados refletem um cenário onde a identidade e a vivência pessoal dos jornalistas têm um papel significativo no processo de produção das notícias. Isso sugere que, em contextos onde os jornalistas têm mais liberdade editorial, essas experiências podem trazer à tona temas sociais importantes e, por vezes, marginalizados. Considera-se, portanto, a relevância deste estudo como ponto de partida para uma discussão mais ampla sobre as políticas de diversidade e inclusão nas redações

Além disso, pontua-se a necessidade de outros estudos e pesquisas para coletar, monitorar e atualizar, com frequência, os dados sobre os profissionais tanto do telejornalismo, como do jornalismo como todo, no Espírito Santo. É preciso ter e evidenciar tais dados para mensurar tamanho, desafios e necessidades, a fim de valorizar e aprimorar o exercício profissional desses atores, que contribuem para a construção e o registro da memória capixaba.

REFERÊNCIAS

BAHIA, Lia; AMANCIO, Tunico. NOTAS SOBRE A EMERGÊNCIA DE UM NOVO CENÁRIO AUDIOVISUAL NO BRASIL NOS ANOS 2000. **Revista Contracampo**, Niterói, v. 21, n. 1, p. 113-130, ago. 2010. Semestral. Disponível em: https://audiovisualbaiano.com.br/midiateca/midiateca/notas-sobre-a-emergencia-de-um-novo-cenario-audiovisual-no-brasil-nos-anos-2000/. Acesso em: 15 ago. 2024.

BECKER, Beatriz. **Televisão e Telejornalismo:** Transições. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2022a.

BECKER, Beatriz. **A construção audiovisual da realidade:** uma historiografia das narrativas jornalísticas em áudio e vídeo. Rio de Janeiro: Mauad X, 2022b.

COSTA, Gabriela Vasconcelos Soares; HENRIQUES, Rafael da Silva Paes. O lugar da população negra no telejornalismo capixaba. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, XXXIX, 2016, São Paulo. **Anais [...]**. São Paulo: Intercom, 2016. Disponível em: https://portalintercom.org.br/anais/nacional2016/lista_area_IJ-DT1.htm. Acesso em: 16 ago. 2023.

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

GOMES, Fernanda Marcela Torrentes. Masculino, o gênero do jornalismo. **Cadernos Pagu**, [S.L.], n. 52, p. 1-8, 03 maio de 2018. Disponível em: https://www.scielo.br/j/cpa/a/NCnCJhZcWqZtZyqnMH3kZCK/?lang=pt. Acesso em: 18 ago. 2024.

LEITE, Thiago Bittencourt de Moraes Mateus Leite. **TELEVISÃO NO BRASIL:** PAPEL SOCIAL NO PASSADO, PRESENTE E FUTURO. 2018. 63f. MBA em Gestão de Serviços de Telecomunicações - Universidade Tecnológica Federal do Paraná. Curitiba. 2018.

LIMA, Samuel Pantoja (org.), *et al*.. **Perfil do jornalista brasileiro 2021**: características sociodemográficas, políticas, de saúde e do trabalho. Florianópolis: Quorum, 2022. 220 p. Disponível em: https://perfildojornalista.paginas.ufsc.br/files/2022/08/RelatorioPesquisaPerfilJornalistas2022x2.pdf. Acesso em: 02 out. 2024.

LIMA, Samuel Pantoja (org.), *et al*.. **Perfil do jornalista do Sudeste 2023**: características sociodemográficas, políticas, de saúde e do trabalho. Florianópolis: Quorum, 2023. 140 p. Disponível em: https://perfildojornalista.paginas.ufsc.br/files/2023/10/2023-10-22-Perfil-do-Jornalista-do-Sudeste-JANA%C3%8DNA-VISIBELI-et-al.pdf. Acesso em: 02 out. 2024.

MARTINS, Maura Oliveira; MARTINS, Rafael Barbosa Fialho. Telejornalismo de subjetividade como mecanismo de visibilidade de minorias identitárias: relatos pessoais de jornalistas negras(os). In: EMERIM, Cárlida; PEREIRA, Ariana; COUTINHO, Iluska (org.). **Teorias do jornalismo como direito humano.** Florianópolis: Insular, 2021. p. 280.

MARTINUZZO, José Antonio. A televisão no Espírito Santo - trajetória histórica e conexões socioeconômicas e políticas do modelo. **Revista Brasileira de História da Mídia**, São Paulo, v. 1, n. 2, p. 21-30, ago. 2015. Disponível em: https://revistas.ufpi.br/index.php/rbhm/article/view/3913/2271. Acesso em: 01 ago. 2024.

MORAES, Fabiana. Para que serve um jornalismo de subjetividade? In: Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, 16, 2018. **Anais...** São Paulo: SBPJOR, 2018.

MUSSE, Christina Ferraz; THOMÉ, Cláudia de Albuquerque. Repórteres de telejornal: o perfil ditado pela Rede Globo em 50 anos de televisão. In SBPJor - Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo. 13° Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo. Campo Grande - UFMS - Novembro de 2015. **Anais [...].** SBPJor - Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo. Disponível em https://pesquisafacomufjf.files.wordpress.com/2013/06/sbpjor2015 final_ssimo.pdf. Acesso em: 18 ago. 2024.

NOGUEIRA, Vera Maria de Vilhena Moraes. Televisão regional & Televisão local. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, XXVII, 2004, São Paulo. **Anais [...].** São Paulo: Intercom, 2004. Disponível em: http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/105837307424625784405765926295666777273.pdf. Acesso em: 15 ago. 2024.

ROSSINI, Miriam de Souza. IMAGEM AUDIOVISUAL COMO REGISTRO E DOCUMENTO: DISCUSSÕES A PARTIR DO CINEMA E DA TELEVISÃO NO BRASIL. **Revista do Instituto Histórico e Geográfico do Rio Grande do Sul**, Porto Alegre, n. 158, 2020. Disponível em: https://seer.ufrgs.br/index.php/revistaihgrgs/article/view/103767. Acesso em: 16 ago. 2024.

SILVA, Patrick Lóss Fernandes da; FIEL, Arthur Felipe de Oliveira. Diversidade nas telas: uma análise sobre a presença e as subjetividades de jornalistas LGBTQIA+ no telejornalismo. In: INTERCOM, 47., 2024, Balneário Camboriú. **Anais [...]**. Balneário Camboriú: Intercom, 2024. p. 1-15. Disponível em: https://portalintercom.org.br/anais/nacional2024/listaautorij.php. Acesso em: 01 out. 2024.

SODRÉ, Muniz. **Claros e escuros**: identidade, povo e mídia no Brasil. Petrópolis: Vozes, 1999.

SONEGHETI, Débora; BELLAN, Rafael. QUEM É O TRABALHADOR DA COMUNICAÇÃO NA NOVA MORFOLOGIA DO TRABALHO? In: SEMINÁRIO COMUNICAÇÃO E TERRITORIALIDADES, 7., 2021, Vitória. **Anais [...]**. Vitória: Póscom Ufes, 2022. p. 1-10. Disponível em: https://periodicos.ufes.br/poscomufes/issue/view/1401. Acesso em: 01 out. 2024.

VILELA, Layssa Beatriz da Silva Lima. **Videorreportagem no telejornalismo potiguar:** um perfil do videorrepórter na televisão do Rio Grande do Norte. 2024. 77 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação Social - Jornalismo), Departamento de Comunicação Social, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2024.

Os autores são responsáveis pela fidedignidade dos dados apresentados.

NÓS, MULHERES DA PERIFERIA: agentes do campo em expressão interseccional na materialidade discursiva em saúde

Thalita Mascarelo da Silva[1]
Katia Lerner[2]

RESUMO

Baseado no aporte teórico de campo de Bourdieu, este estudo reflete sobre as transformações no jornalismo. O processo dos atores sociais consiste no cerne da discussão teórica. Em consonância, traz uma análise crítica de matérias sobre saúde do *site* de jornal Nós, mulheres da periferia. Conclui-se que as mudanças no espaço-tempo criam novas constituições que, com critérios de noticiabilidade interseccionais, demarcam uma representação social mais condicionada às demandas sociais e em saúde atuais.

Palavras-chave: Jornalismo alternativo; Campo jornalístico; Midiatização; Meios de comunicação de massa; Jornalismo em saúde.

NÓS, MULHERES DA PERIFERIA: field agents in intersectional expression in the discursive materiality in health

ABSTRACT

Based on Bourdieu's theoretical field contribution, this study reflect on the transformations in journalism. The process of social actors in the field is the core of the theoretical discussion. In line with this, it presents a critical analysis of articles on health from the website of the newspaper Nós, mulheres da periferia. It is concluded that changes in space-time create new constitutions that, with intersectional newsworthiness criteria, demarcate a social representation more conditioned to current social and health demands.

Keywords: Alternative journalism; Journalistic field; Mediatization; Mass media; Health journalism.

INTRODUÇÃO

[1] Mestre, Fiocruz, thalitamascarelo@outlook.com. Doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Informação e Comunicação em Saúde (PPGICS), bolsista Capes.
[2] Doutora, Fiocruz, katia.lerner@fiocruz.br. Professora do Programa de Pós-Graduação em Informação e Comunicação em Saúde (PPGICS).

Nós, mulheres da periferia instiga reflexões sobre o imbricado processo de midiatização com o jornalismo, o que arranja, especificamente nesse cenário, pontos de discussão considerando aspectos interseccionais. Dessa forma, objetiva-se refletir sobre noticiabilidade considerando aspectos da midiatização, no que tange se tornar jornalismo e da interseccionalidade, no fazer jornalístico delas, a partir de uma leitura crítica (Lago; Gonçalves; Kazan, 2023).

O Paradigma da Comunicação de Massa representou um desenvolvimento teórico-metodológico para a Comunicação e as mídias, formulando a importância de um campo social, com teorias e práticas, para se desenvolver conhecimento sobre os meios de comunicação de massa e o seu poder simbólico, como já dizia Bourdieu (1989) de "fazer ver e fazer crer". Com o desenvolvimento tecnossocial e a aceleração do tempo histórico (Verón, 2014), o digital ganha em importância e preponderância, sendo a midiatização fundamental para a continuidade das reflexões no campo.

A midiatização é utilizada como conceito central em uma teoria sobre a importância intensificada e mutante da mídia dentro da cultura e da sociedade. Midiatização social é um processo, cada vez maior, de se viver dependente da lógica da mídia e de forma individual e própria. Esse processo é caracterizado por uma dualidade em que os meios de comunicação passaram a estar integrados às operações de outras instituições sociais ao mesmo tempo em que também adquiriram o status de instituições sociais em pleno direito (Hjarvard, 2012, p. 64). Portanto, ao mesmo tempo em que o midiático é um campo sócio-historicamente constituído, as mídias estão sendo integradas por outros agentes sociais que nada tinham a ver com o que foi estudado até então no Paradigma da Comunicação de Massa.

Refletir sobre mídia, antes da internet, consistia em refletir sobre os meios de comunicação existentes à época, isto é, análises limitadas às empresas de comunicação e suas formas de influência, domínio e massificação no âmbito social. Martín-Barbero (1986) revolucionou esse pensamento ao analisar descentralizadamente o papel dessas mídias, colocando-as como uma das muitas formas de mediação intrínsecas na cultura de um povo. Atualmente, as mídias sociais desafiam os estudos a desenvolverem um passo a mais na discussão. A internet possibilitou uma expansão da utilização das mídias a um patamar de incontrolabilidade. Atores sociais, nessa condição, tornam-se por si mesmos uma mídia, a qual outros indivíduos seguem, compartilham, informam-se. Ao utilizarem a mídia em um processo de midiatização personificada, midiatizam-se, podendo, inclusive,

institucionalizar-se, tornando-se, por direito, parte do campo jornalístico. É um processo historicamente constituído que vem adquirindo nova configuração e distinção na tessitura social.

Nesse processo, a circulação da informação acontece por diversos canais e indivíduos alterando a antiga hierarquização hegemônica na produção de mensagens mediadas por meios de comunicação de massa. Existem forças sociais, tecnológicas, políticas e econômicas criando novos circuitos que estão ditando transformações culturais que afetam o campo midiático-comunicacional e, particularmente, o jornalístico, com a participação de novos enunciadores que, à época do domínio dos jornais impressos, seria impensável.

O advento da internet e suas construções dinâmicas reverberam culturalmente na vivência social contemporânea e demarcam, espaço-temporalmente, novas perspectivas e experimentações teórico-metodológicas, com renovação do pensamento e de práticas dominantes. Embora os jornais impressos persistam, predomina-se, hoje, os *sites* de jornais na internet. O jornal impresso, para se constituir em sua materialidade, demanda todo um maquinário e investimento financeiro - o famoso chão de fábrica -, uma estrutura física, que tem determinação de número de páginas, de espaço para cada matéria, hora de fechamento do jornal, etc. O *site* de jornal pratica jornalismo em outra lógica – intemporal na virtualidade, a partir de *hashtags*, *clicks*, com perfil em redes sociais – a título de se fazer ver, vivenciando ontologicamente um processo outro.

Portanto, não é exagero dizer que o jornal impresso difere do *site* de jornal, com lógicas espaço-temporais distintas, sendo a internet potencialmente capaz de transformar profundamente a prática do jornalismo (Adghirni; Pereira, 2011). Esse outro espaço-tempo insere o midiatizado como processo preponderante nas relações sociais o que, para o jornalismo significa dizer que muitos novos atores estão criando *sites* de jornais. Essa mudança remodela quem irá pertencer ao campo, muda de dentro para fora, com a irrupção de novos atores sociais que se institucionalizam, a partir de práticas, crenças e valores que são intrínsecos ao campo jornalístico, fazendo-se pertencer de modo múltiplo e diverso.

Bourdieu (2003) ressalta que é preciso agentes que invistam no campo e que essa tarefa é antagônica, uma vez que o investimento tem de ser tanto em conservar como em transformar o campo. Ou seja, tão importante quanto agentes que conservem a importância do jornalismo em seus princípios e e*thos* historicamente construídos também é necessário transformar, na medida em que a realidade sociocultural impera suas próprias

remodelações, convicções e demandas, sendo que o jornalismo deve fazer parte de forma ativa das necessidades sociais que estão transformando o tempo presente.

Para se estabelecer no campo, todavia, é preciso entender das regras do jogo. O *habitus* (Bourdieu, 2003) constitui as regras, as práticas e os sentidos compartilhados entre os agentes dentro do campo. No jornalismo há cristalizado os princípios, as finalidades e um *ethos* jornalístico, porém cada agente no campo possui também a sua própria bagagem e experiências que irão se articular intrinsicamente ao *habitus* no campo (Gonçalves, 2015). Daí surgem as tensões e disputas do que irá prevalecer, quais agentes são mais centrais e ditam as regras, em uma disputa por legitimação e dominância. No caso aqui, entre os jornais convencionais - tradicionais oriundos do Paradigma da Comunicação de Massa e que continuam, na virtualidade, com um capital importante -, enquanto que há também os novos atores consolidando novos s*ites* de jornais e novas formas de jornalismo.

Nos estudos do Jornalismo, é possível verificar, por exemplo, um movimento recente que demarca as questões de gênero na sua matriz epistêmica, assim, o modo como jornalistas elaboram notícias, reportagens e leituras dos acontecimentos passou a lidar com diálogos e tensões tecidos por feministas, pessoas negras e LGBTQIA+ (Lago; Gonçalves; Kazan, 2023, p. 127). É um momento que aponta para a necessidade de perceber as diferenças plurais que existem no âmbito material também no processo contextual e simbólico da notícia, demarcando de forma diferente os desiguais, em um processo de materialidade discursiva.

É esse momento vigente que faz escancarar na análise teórica e empírica do campo a força da herança positivista nos dogmas, nos pressupostos e nos valores que balizam a prática profissional (Lago; Gonçalves; Kazan, 2023, p. 127). Ao mesmo tempo, de acordo com Pachi Filho, Rodrigues de Souza e Moliani (2019, p. 24-25), na atualidade o jornalismo alternativo se define por uma abordagem de fatos que não são noticiados pela mídia de cunho tradicional ou por sua abordagem distinta a desses jornais, além do posicionamento em contraposição ao discurso hegemônico.

Essa perspectiva demonstra que a midiatização, apesar de constituir um processo de descontinuidade no jornalismo, pois operando em rede, em uma dinâmica de fluxos, instaura outra lógica em sua prática (Azeredo Soster, 2009), também cria continuidades para o campo, sendo o Nós, mulheres da periferia um marco emblemático de fora do campo que, ao institucionalizar-se nesse processo de midiatização - midiatizando-se, impulsionou-se para

dentro do campo e participa do jogo e pode transformar por dentro. Nós, mulheres da periferia já é parte da compreensão de transformação do campo do jornalismo no século XXI (Nonato, 2018). É interpretada ainda como mulheres jornalistas que antes eram vozes ausentes, na lógica dos tradicionais jornais, e agora se expressam presentes, com narrativas constituídas pelo gênero, pela cor de pele e pelo território em que as autoras fazem parte (Martini, 2017).

Assim, Nós, mulheres da periferia traz a sua própria bagagem somada ao *habitus* já construído no campo jornalístico para reconfigurar a maneira de fazer jornalismo, o que gera novas disputas e tensões diante daquilo que vem sendo feito por outros agentes no campo. Destarte, é possível refletir: o fazer jornalístico delas agrega o elemento da interseccionalidade como um critério de noticiabilidade?

Compreende-se noticiabilidade como todo e qualquer fator potencialmente capaz de agir no processo da produção da notícia - desde características do fato, julgamentos pessoais do jornalista, cultura profissional da categoria, condições favoráveis ou limitantes da empresa de mídia, qualidade do material (imagem e texto), relação com as fontes e com o público, fatores éticos e ainda circunstâncias históricas, políticas, econômicas e sociais (Silva, 2005, p. 96).

Destarte, a partir do processo de midiatização, há atores furando a barreira - construída historicamente de invisibilidade midiática para muitos, intrínseca ao Paradigma da Comunicação de Massa. Com a sua própria prática profissional e *habitus* condicionado por sua bagagem e capital popular que pode gerar um fator maior de representatividade social, característica preponderante no jornalismo exercido com função social, regida por contextos, contrasta com noticiários de cunho homogêneo, voltado para uma massa de leitores que não existe mais. Em síntese, em um cenário em que o antigo (paradigma) e o novo (processo social) coexistem, os novos s*ites* de jornais que conseguem se consolidar no digital estão dentro do jogo. A disputa no campo é discursiva, nesse mercado simbólico assimétrico de poder.

O Nós, mulheres da periferia, a partir de seus atores constituintes, acreditaram que vale a pena estar preso ao jogo e que esse jogo merece ser jogado, disputado no campo – o *illusio* (Bourdieu, 1997). Dessa forma, em que sua existência no campo o transforma? Neste estudo, objetiva-se compreender as transformações no jornalismo como um campo social (Bourdieu, 2003), partindo do princípio de que se enfrenta uma realidade de imbricamento

do ainda resistente Paradigma da Comunicação de Massa ao emergente processo de midiatização social, o que requer novas maneiras de observar, compreender, conceituar e pesquisar sobre mídias e, especificamente, o jornalismo.

METODOLOGIA

Com um aporte teórico-metodológico de atravessamento triangular das premissas de Bourdieu sobre campo, poder simbólico, *habitus* (1989; 2003), com o entendimento de Bakhtin (1992) de que cada texto exprime uma multiplicidade de vozes percebida na representação social que o texto cria e, Orlandi (2012) no processo dialético da materialidade discursiva: pensando corpo, sujeito, sentidos, objetiva-se compreender a interseccionalidade como critério de noticiabilidade, a partir de uma leitura crítica de matérias jornalísticas (Lago; Gonçalves; Kazan, 2023).

A análise dos textos jornalísticos considera, portanto, que sujeito e sentido se constituem ao mesmo tempo, em movimento, dialeticamente, transformando o discurso em materialidade, pois é perpassado de ideologia, tornando-se "corpodiscurso" (Orlandi, 2012). Ainda, a importância de se compreender o polifônico, a apresentação de pontos de vista, com muitas vozes podendo ser representadas (Bakhtin, 1992). A interseção desses saberes, auxilia na percepção empírica do uso de critérios de noticiabilidade intrínsecos ao fazer interseccional em Nós, mulheres da periferia, tendo como fundamento principal a inserção do veículo no campo jornalístico, com potencial de transformação.

Na aba "Quem somos"[3], no *site* de jornal Nós, mulheres da periferia, é informado, por exemplo, que o jornal é composto por jornalistas mulheres que se propuseram a isso pois entendem que há histórias que não estão sendo registradas nos jornais circulantes, isto é, há um apagamento de indivíduos e de suas histórias nos jornais, principalmente, como diz no texto do *site*, porque as mulheres estão à margem da liderança dos meios de comunicação. Ademais, apresentam-se como um veículo jornalístico compromissado com "um outro jeito de ver" os acontecimentos, podendo contribuir para a "construção de uma sociedade plural, antirracista e não patriarcal", aproximando o debate da realidade brasileira. Antes, uma página do *Facebook* e, desde 2014, intitula-se empresa jornalística autogestionada por mulheres negras e periféricas.

Ainda de acordo com mais informações no *site,* A equipe do Nós, mulheres da

[3] https://nosmulheresdaperiferia.com.br/quem-somos/

periferia iniciou-se como um projeto na Ação Educativa, em 2014. Em 7 de março de 2012, integrantes fundadoras do coletivo publicaram um artigo na Folha de São Paulo, um dos jornais de maior

circulação no Brasil. O título escolhido para o texto foi: Nós, mulheres da periferia. Explicam ainda que o texto teve grande repercussão e foi replicado em outros veículos de mídia e foi amplamente compartilhado nas redes sociais e, além disso, leitores do jornal se manifestaram por meio de cartas e mensagens ao veículo.

Essas correlações exemplificam, na prática, como pode se estabelecer um processo de midiatização em meio ao jornalismo, envolvendo de fora para dentro o campo jornalístico, a partir de relações sociais entre os sujeitos em diferentes espaços paralelamente - dentre *sites* de jornais e redes sociais digitais. Essa midiatização jornalística impulsiona novos fazeres jornalísticos na medida em que o trabalho alcança visibilidade entre seus pares (outros jornais) e leitores (a população em geral). Embora as redes sociais digitais criem um emaranhado de questões - inclusive desinformação, também dialogam com práticas jornalísticas e, por isso, precisam ser consideradas na análise do que isso significa para o campo jornalístico atualmente, em uma espécie de transbordamento para além do campo, em uma tentativa de compreender essas relações e como os indivíduos estão se apropriando dessas dinâmicas.

É explicado também no *site* Nós que "A partir de então, iniciou-se um processo de pesquisa e consolidação do coletivo. O website nasceu em março de 2014 com o intuito de contribuir para a construção de narrativas jornalísticas mais humanas e contextualizadas, dialogando com a tríplice raça, classe e território, tendo a periferia de São Paulo como contexto". Atualmente é composta por uma equipe gestora de sete mulheres e quatro colaboradoras, exclusivamente de mulheres periféricas, majoritariamente negras.

Diante disso, o propósito aqui é desvelar um fenômeno sem a intenção de enquadrá-lo em categorizações, sendo assim, mais condizente com o objeto-sujeito aqui estudado. A título de observação em fase exploratória de forma somativa ao estudo de revisão bibliográfica, três matérias jornalísticas sobre saúde do *site* Nós, mulheres da periferia foram selecionadas. Optou-se por textos informativos, acessados com a utilização da ferramenta de busca do próprio s*ite* de jornal, pesquisando a palavra "saúde".

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Matéria 01: O que o coração do Faustão tem a ver com a saúde população negra?[4]

[4] https://nosmulheresdaperiferia.com.br/o-que-o-coracao-do-faustao-tem-a-ver-com-a-saude-de-mc-marcinho-e- dos-homens-negros/

Ao se pautar um tema que predominou no debate público, as jornalistas trouxeram para a discussão o recorte racial para se pensar saúde. Além disso, considerou o fator da desigualdade para que se tenha de fato um panorama sobre a problemática no Brasil.

"Em vídeo publicado pela química e cientista Kananda Eller, a médica de família e comunidade Denize Ornelas, comenta que essa disparidade e falta de políticas públicas pensadas na saúde da população negra, faz com que homens negros sejam os maiores doadores de órgãos, enquanto a população branca mais recebe". (trecho da matéria)

"Fatores externos também contribuem para essa desigualdade. Em 2019, mais de 30 mil pessoas morreram de morte violenta por armas de fogo, 73% desse número eram homens negros, foi o que mostrou o estudo "Violência armada e racismo: o papel da arma de fogo na desigualdade racial", do Instituto Sou da Paz. Por isso, há a necessidade de cruzar os dados de desigualdade ao acesso à saúde e causas de mortalidade da população negra". (trecho da matéria)

Assim, ao apontar indicadores que consideram o quadro de exclusão e de opressão que levam os homens negros a serem os maiores doadores de sangue do país, monta-se a notícia tendo como um dos critérios de noticiabilidade características sociais e, mais implicitamente o julgamento pessoal das jornalistas enquadrando o tema da doação de órgão para o Faustão na perspectiva dos marginalizados. Além disso, ao abordar a questão do acesso à saúde intrínseco a dados de desigualdade, insere o fator econômico e de classe também no contexto da notícia, evidenciando ser importante a questão territorial. Esses elementos demonstram como a interseccionalidade faz parte da expressão noticiosa como um critério de noticiabilidade no jornal.

Esses, por sua vez, não eliminam outros critérios intrínsecos ao fazer jornalístico, que fazem parte do *habitus*, dos sentidos compartilhados no campo, como finalidades jornalísticas de informar de modo qualificado, esclarecer o cidadão e apresentar a pluralidade da sociedade (Reginato, 2018). A matéria consegue ir além do valor-notícia proeminência (Silva, 2005) cujo valor é se pautar celebridades, por exemplo, somando critérios tradicionais do campo em consonância com as visões de mundo das jornalistas, sendo perceptível uma soma de vozes sociais sendo representadas.

Considerando a materialidade do sujeito (Orlandi, 2012), há implícita a força do materialismo histórico, ao tratar do tema reivindicando que se lembre que negro no Brasil continua sendo oprimido. É trazer no discurso uma produção de sentidos que é ideológica e, por isso, material, vivenciada todos os dias por um grande contingente de brasileiros, na pele, no corpo.

Há de se considerar que as mudanças no panorama socioeconômico em paralelo com as inovações e o desenvolvimento tecnológico promoveram mudanças estruturais no processo produtivo da profissão que ocasionam, consequentemente, o surgimento de novos formatos para a produção jornalística (Adghirni; Pereira, 2011). O contexto social vigente, dessa forma, opera no campo jornalístico e o modifica; concomitantemente a isso, o jornalismo busca alternativas para se ajustar a essa contemporaneidade (Deuze; Witschge, 2016).

Matéria 02: 'Saúde pública é um direito e não um favor', diz Maria Inês Barbosa[5]

É importante situar, de início, que a reportagem começa com as fotos das duas fontes principais da matéria: duas mulheres negras, sendo a única escolha de foto para a matéria. Segue, abaixo, a imagem:

Figura 1: As fontes de notícia da matéria: Maria Inês Barbosa e Fabiana Pinto



Fonte: Foto retirada da reportagem 'Saúde pública é um direito e não um favor', diz Maria Inês Barbosa

A escolha das fontes é outro fator fundamental em uma matéria jornalística, sendo uma escolha consciente que perpassa ideologicamente o perfil do jornal e dos jornalistas implicados naquela notícia, uma vez que as fontes, assim como os jornalistas, imprimem em

[5] https://nosmulheresdaperiferia.com.br/saude-publica-e-um-direito-e-nao-um-favor-diz-maria-ines-barbosa/

suas falas posicionamentos e visões de mundo sobre determinado tema, o que já diz muito sobre a construção da matéria.

"O racismo tem efeitos evidentes na saúde da população negra. Quem faz essa afirmação é a assistente social e doutora em Saúde Pública, Maria Inês Barbosa. Diante de fatores históricos e da atual condição do país, ela reforçou que é preciso considerar esse fator na formulação de políticas públicas". (trecho da matéria)

"Um dos frutos dessa articulação é a Política Nacional de Saúde Integral da População Negra (PNSIPN), instituída em 2009. Trata-se de um compromisso firmado pelo Ministério da Saúde no combate às desigualdades no Sistema Único de Saúde. A política faz parte do Estatuto Estadual da Igualdade Racial (LEI Nº 12.288/10) e, mesmo com amparo legal, ainda não é cumprida como deveria". (trecho da matéria)

"E para Fabiana Pinto, sanitarista, pesquisadora e integrante do projeto Mulheres Negras Decidem, o aumento da participação de mulheres negras na política tem sido fundamental para o aprimoramento de políticas públicas de saúde." (trecho da matéria)

Além da representação da mulher negra, as falas selecionadas pelas jornalistas demonstram a preocupação com a historicidade do processo de saúde no país e com os persistentes problemas e progressos também. A associação, novamente, entre saúde, população negra e desigualdade demarca contundentemente a interseccionalidade no cerne da presença protagonista da mulher negra na matéria, fazendo do discurso trazido pelas fontes a materialidade do problema para essa parcela majoritária da população.

As jornalistas de Nós, mulheres da periferia estão na notícia simbolizando e materializando elas próprias nas situações e necessidades de saúde discursadas - ter mais amparo legal, mais participação política. É um registro sobre elas mesmas convidando outras mulheres como fontes, em um dialogismo e multiplicidade de vozes (Bakhtin, 1992) podendo atenuar a sensação de falta de poder, de voz, de espaço, de escuta. Revela a dualidade da potência que são e da fragilidade contra a qual lutam, da materialidade da história das que já se foram e não puderam ocupar esse espaço conquistado por elas e também das que ainda não se sentem ouvidas. "Desse modo, escrever expressa o anseio de falar, de elaborar o caos da vida, de exercer uma autoria, de quem sabe vocalizar sua existência, não ser mais um ruído urbano" (Lago; Gonçalves; Kazan, 2023, p. 140).

Elas se tornam "corpodiscurso", pois são interpeladas por essa realidade discursiva e material (Orlandi, 2012). Voltando às fotos, à visualização das pessoas que tiveram voz na matéria faz dos sentidos produzidos nas palavras a materialização do corpo da mulher negra como corpo simbólico - corpo de um sujeito que, junto ao contexto da matéria e suas falas

criam um processo de significação, onde se trabalha a ideologia, cuja materialidade específica é o discurso.

Na matéria, a autoridade de fala expressa é da negritude, uma representação ligada a uma escolha subjetiva do jornal e, ao mesmo tempo, objetiva, uma vez que traz informações relevantes, de interesse público, inseridas jornalisticamente. Ainda, exerce o direito de voz de uma parcela da população historicamente negligenciada simbólica e materialmente que pode se sentir mais representada na luta por seus direitos e, consequentemente, pode gerar mais credibilidade à reportagem. “Em vez de tentar remover paixões da política, o objetivo devia ser mobilizar essas paixões na direção de promover o aparato democrático” (Mouffe, 1999, p. 756), o que pode, consideravelmente, ser também pensado no caso do jornalismo.

Matéria 03: A saúde mental das mulheres também é uma responsabilidade das empresas[6]

Essa notícia insere a problematização da saúde mental tendo como premissa a não individualização do processo saúde-doença, uma causa social fundamental para o exercício da saúde coletiva, indo além do discurso preventivista para o da promoção da saúde. A saúde no seu sentido amplo, não é apenas ausência de doenças, mas sim determinada por diversos fatores, de maneira que não se deve transportar o problema do corpo social para o corpo biológico, como se somente a ação individual das pessoas determinasse a sua saúde ou ausência dela. A maior significância da promoção da saúde está justamente na amplitude que se formou em seu conceito, na sua articulação com outras concepções, não somente com a prevenção de doenças, tendo em vista que promover saúde engloba aspectos sociais, econômicos e políticos, envolvendo cidadania, democracia, equidade, etc. (Rocha; Padilha, 2016).

Os jornais convencionais tendem a pautar saúde como mercadoria associada a produtos ou procedimentos, como dietas, suplementos alimentares, medicamentos e cirurgia bariátrica, sem espaço para a promoção da saúde (Oliveira-Costa, et al, 2015). “O conceito de promoção da saúde amplia as ações e permite o encontro com o conceito de vulnerabilidade, que viabiliza a abertura das relações com o território e o campo intersubjetivo e oferece a possibilidade dos sujeitos transformarem seus contextos” (Garcia, et al, 2019, p. 549).

[6] https://nosmulheresdaperiferia.com.br/a-saude-mental-das-mulheres-tambem-e-uma-responsabilidade-das-empresas/

O enfrentamento maior no que tange à promoção da saúde, no contexto neoliberal, consiste no combate de discursos sobre o indivíduo como o culpado. É um problema que requer ir além do campo saúde, sendo o jornalismo um componente importante como mobilizador de pautas nessa direção. Hall (2016) explica a errônea predileção de se ater a um "reducionismo comportamental" sobre questões relacionais complexas que envolvem pensamento, discurso, prática e estrutura. O enfoque na culpabilização do indivíduo ignora processos sociais, desconsidera o aspecto crítico do tema e despolitiza o problema, desprezando, inclusive, a própria cultura na qual se está inserido (Hall, 2016).

A matéria traz dados contextualizados na direção da promoção da saúde, enfatizando e fazendo jus aos seus critérios de noticiabilidade, selecionando nos dados fatores de risco que consideram os mais vulneráveis e suas especificidades.

"De acordo com o último relatório sobre saúde mental da Organização Mundial da Saúde (OMS), publicado este ano, mostra que em 2019, quase um bilhão de pessoas viviam com um transtorno mental. Diagnósticos comuns como depressão e ansiedade aumentaram mais de 25% no primeiro ano da pandemia". (trecho da matéria)

"O artigo também evidencia que fatores como gênero, raça, discriminação e pessoas vivendo em vulnerabilidade social e econômica têm maior risco de desenvolverem problemas de saúde mental. Além disso, uma em cada cinco mulheres pode desenvolver um episódio de depressão ou ansiedade durante a gravidez ou no pós-parto". (trecho da matéria)

O jornalista, assim como qualquer ator social, é um sujeito na sua discursividade interpelado por ideologia, sendo, portanto, matéria e história que, nas notícias de Nós, mulheres da periferia, são presentes no imbricamento da interseccionalidade em um fazer jornalístico alternativo. A matéria demonstra como jornalistas da periferia, interpeladas por sua vivência e histórias, transformam a matéria jornalística em representação social, em polifonia, a partir de critérios que nada desconectam o seu fazer de uma prática jornalística responsável e pertencente à lógica do campo jornalístico.

Dessa forma, o *site* de jornal Nós, mulheres da periferia exerce o trabalho das emoções que, segundo Bonelli (2004), dá-se na profundidade, no esforço de sentir, de treinar-se para isso e de mostrar esse sentimento, fazendo parte do institucional. A pessoa atua sobre si mesma para se adequar ao sentimento que julga importante sentir. Para a autora, a administração institucional das emoções, isto é, deslocar o sentimento do exercício do trabalho é uma expropriação do indivíduo. No geral e tradicional do trabalho jornalístico acontece esse assujeitamento que torna o texto mais estéril, despersonalizando o trabalho, o

que gera uma menor preocupação, penetração do profissional junto ao tema abordado, o que, inclusive, não condiz com a prática dominante atual de midiatização social, dos sujeitos.

Essa tentativa de despersonalização do indivíduo-jornalista em seu ambiente de trabalho causa a diminuição do sentimento, o que acarreta uma perda do significado que se atribui à interpretação do mundo e da problemática em questão. Perde-se autenticidade e sentimento espontâneo no texto, sendo as matérias de Nós, mulheres da periferia uma abordagem oposta a isso, usufruindo do trabalho das emoções para tornar os textos mais aprofundados, representativos e condizentes com a complexidade dos temas de saúde enquanto fato humano-social, com todas as questões que isso acarreta. Sendo assim, a tentativa de impor o critério de noticiabilidade como a interseccionalidade é uma forma de dar conta, de forma mais palpável, da realidade brasileira que o perfil editorial do jornal escolheu.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

As jornalistas de Nós, mulheres da periferia, negligenciadas historicamente e, consequentemente, midiaticamente nas redações e também como fontes de notícias nos jornais tradicionais, ocupam, atualmente, um território simbólico midiatizado imbricado ao seu território material que as desloca da subalternidade para uma construção que redimensiona o significado do princípio da objetividade jornalística em uma espécie de subjetividade-objetiva, que não apaga sua própria história e visão de mundo em seus discursos noticiosos. Por isso, fazem parte de uma contínua resistência e com protagonismo de falar por si e representar muitas mulheres situadas ao Sul das sociedades do planeta, naquelas que sofreram intrusões coloniais (Lago; Gonçalves; Kazan, 2023).

Ao conquistar espaço no campo jornalístico, como agora sujeitas autorizadas, podem, além disso, com a inclusão de novas formas de se praticar a profissão, criar rupturas de forma lenta e gradual - não sem disputas e relações de força, na organização do campo. Ao fazer parte da dinâmica midiática que propicia o poder de ver e fazer crer (Bourdieu, 1989) pode implicar em influência em políticas públicas (Araújo; Cardoso, 2007) tendo como marcador as interseccionalidades. A mudança é possível, embora lenta e gradual, como alerta Bourdieu (2003), já que o *habitus* histórico-social se impõe e seja o condicionante no campo, contudo, há espaço para novas incorporações e transformações que, na disputa de forças e capital

simbólico, pode vir, paulatinamente, a reposicionar agentes dentro do campo e modificar modos e práticas do próprio campo.

Este estudo posiciona-se como um ponto exploratório inicial de pesquisa no entendimento de que é preciso demonstrar que o mundo se constitui também a partir do olhar de trabalhadores, que no trabalho jornalístico há espaço para outras linguagens, contradiscursos e movimentações que estão disputando e gerando tensões. Disso decorre a importância de se dirigir o foco das pesquisas em comunicação para além dos meios, voltando- se para os atores sociais, os jornalistas, os processos de atuação daqueles que lutam para se apresentar como sujeitos com direito à palavra (Pachi Filho; Rodrigues de Souza; Moliani, 2019, p. 26) e direito ao campo, transformando de dentro para fora o que chega de informação jornalística à população. Antes de se pensar em disciplinar o trabalho jornalístico, em um emaranhado de palavras que devem ser objetivas, imparciais e neutras, é preciso pensar no indivíduo, o jornalista e os contextos que o cercam, criando espaços para que a sociologia das emoções contribua no labor do dia a dia.

REFERÊNCIAS

ADGHIRNI, Zélia Leal; PEREIRA, Fábio Henrique. O jornalismo em tempos de mudanças estruturais. **Intexto**, Rio Grande do Sul, n. 24, p. 38-57, 2011. Disponível em: < https://seer.ufrgs.br/index.php/intexto/article/view/19208/12362>. Acesso em 24 set. 2024.

AZEREDO SOSTER, Demétrio de. Midiatização, a terceira descontinuidade do jornalismo. In: **Biblioteca Online de Ciências da Comunicação**, 2009. Disponível em: <https://www.bocc.ubi.pt/texts/soster-demetrio-midiatizacao.pdf>. Acesso em: 24 set. 2024.

BAKHTIN, Mikhail. **Estética da criação verbal**. São Paulo: Martins Fontes, 1992.

BONELLI, Maria da Gloria. Arlie Russell Hochschild e a sociologia das emoções. **Cadernos Pagu**, Campinas, v. 22, p. 357-372, 2004. Disponível em: < https://www.scielo.br/j/cpa/a/B6bYMqGqpzgvqkjy9JFgwyj/?lang=pt>. Acesso em: 24 set. 2024.

BOURDIEU, Pierre. **O Poder Simbólico**. Lisboa: Difel, 1989.

BOURDIEU, Pierre. **Razões Práticas**: sobre a teoria da ação. Campinas: Papirus, 1997.

BOURDIEU, Pierre. **Lições da aula**. 2. ed. São Paulo: Ática, 2003.

DEUZE, Mark; WITSCHGE, Tamara. O Que o Jornalismo está se Tornando. **Parágrafo**, São Paulo, v. 4, n. 2, p. 7-21, jul/dez, 2016. Disponível em: <

https://revistaseletronicas.fiamfaam.br/index.php/recicofi/article/view/478/445>. Acesso em: 24 set. 2024.

GARCIA, Átala Lotti et al. Divulgação do estresse na mídia: uma reflexão sobre risco, vulnerabilidade, prevenção de doenças e promoção da saúde. **Reciis – Rev Eletron Comun Inf Inov Saúde**, Rio de Janeiro, v. 13, n. 3, p. 540-56, 2019. Disponível em: < https://www.arca.fiocruz.br/handle/icict/35792>. Acesso em: 24 set. 2024.

GONÇALVES, Nadia Gaiofatto. Indissociabilidade entre Ensino, Pesquisa e Extensão: um princípio necessário. **Perspectiva**, Santa Catarina, v. 33, n. 3, p. 1229-1256, 2015. Disponível em: < https://periodicos.ufsc.br/index.php/perspectiva/article/view/2175-795X.2015v33n3p1229/pdfa>. Acesso em 24 set. 2024.

HALL, Stuart. A ideologia e a teoria da comunicação. **Matrizes**, São Paulo, v. 10, n. 3, p. 33-46, 2016. Disponível em: < https://www.redalyc.org/pdf/1430/143049794003.pdf>. Acesso em: 24 set. 2024.

LAGO, Claudia; GONÇALVES, Gean Oliveira; KAZAN, Evelyn Medeiros. Jornalismo a partir da lógica decolonial: o caso do Nós, Mulheres da Periferia. **Pauta Geral-Estudos em Jornalismo**, Paraná, v. 10, n. 2, p. 126-143, 2023. Disponível em: < https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9512611>. Acesso em 2 set. 2024.

MARTINI, Mara Rovida. Narrativas periféricas: protagonismo feminino promovido pelo trabalho de mulheres jornalistas. In: SBPJor – Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo. **Anais do 15º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo**, São Paulo, ECA-USP, nov. 2017.

MOUFFE, Chantal. Deliberative democracy or agonistic pluralism? **Social research**, v. 66, n. 3, p. 745-758, 1999. Disponível em: <http://www.jstor.org/stable/40971349>. Acesso em: 24 set. 2024.

NONATO. Cláudia. O perfil do jornalista das periferias de São Paulo: resultados iniciais. In: Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. **Anais do 41º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação**. Joinville-SC, Univille, set. 2018.

OLIVEIRA-COSTA Mariela Silva de et al. Promoção da saúde da mulher brasileira e a alimentação saudável: vozes e discursos evidenciados pela Folha de SP. **Ciênc. saúde colet**. v. 2, n. 6, 2016. Disponível em: < https://www.scielo.br/j/csc/a/chvPS5JBxyyJHXJzcv3Rhsf/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em 24 set. 2024.

ORLANDI, Eni Pulcinelli. **Discurso em Análise – sujeito, sentido, ideologia**. São Paulo: Pontes Editores, 2012.

PACHI FILHO, Fernando Felício; RODRIGUES DE SOUZA, Rafael Bellan; AUGUSTO MOLIANI, João. A. Os conceitos diferenciados de comunicação e jornalismo alternativos e o mapeamento da produção acadêmica brasileira recente. **Comunicação & Sociedade**, São Bernardo do Campo, v. 41, n. 2, p. 5-28, maio-ago 2019. Disponível em: < https://core.ac.uk/download/pdf/229064293.pdf>. Acesso em: 24 set. 2024.

REGINATO, Gisele Dotto. As finalidades do jornalismo: percepções de veículos, jornalistas e leitores. **Revista Famecos**, Porto Alegre, v. 25, n. 3, p. 1-18, 2018. Disponível em: < https://revistaseletronicas.pucrs.br/revistafamecos/article/view/29349/17219>. Acesso em: 24 set. 2024.

ROCHA, Rosa Maria; PADILHA, Monique Alves. Um debate possível: o saber fazer da promoção da saúde. **Revista Brasileira de Pesquisa em Saúde**, Vitória, v. 18, n. 4, p. 4-6, out-dez 2016. Disponível em: <https://periodicos.ufes.br/rbps/article/view/16722/11554>. Acesso 24 set. 2024.

SILVA, Gislene. Para pensar critérios de noticiabilidade. **Estudos em Jornalismo e Mídia.** Santa Catarina, v. 2, n. 1, p. 95-107, 2005. Disponível em: < https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/2091/1830>. Acesso em 24 set. 2024.

Os autores são responsáveis pela fidedignidade dos dados apresentados.

ACESSIBILIDADE COMUNICATIVA NO TELEJORNALISMO: UMA ANÁLISE DO ESPECIAL “FALAS DE ACESSO” DA TV GLOBO

Sabryna Moreno da Silva[1]

RESUMO

Este artigo analisa o programa "Falas de Acesso" da TV Globo, a fim de refletir sobre a representatividade de pessoas com deficiência na mídia e o uso de recursos de acessibilidade na programação. A pesquisa realiza uma análise de conteúdo, destacando inovações e desafios. Os resultados indicam a importância de uma comunicação inclusiva e sugerem que, apesar dos avanços, a inclusão plena ainda é um desafio nas produções das emissoras.

Palavras-chave: Acessibilidade; Pessoas com deficiência; Telejornalismo; Inclusão.

COMMUNICATIVE ACCESSIBILITY IN TELEVISION JOURNALISM: AN ANALYSIS OF THE SPECIAL "FALAS DE ACESSO" BY TV GLOBO

ABSTRACT

This article analyzes the "Falas de Acesso" program by TV Globo to reflect on the representation of people with disabilities in the media and the use of accessibility resources in programming. The research conducts a content analysis, highlighting innovations and challenges. The results indicate the importance of inclusive communication and suggest that, despite advances, full inclusion remains a challenge in the productions of broadcasters.

Keywords: Accessibility; People with Disabilities; Television Journalism; Inclusion.

INTRODUÇÃO

A inclusão de pessoas com deficiência (PcD) na sociedade brasileira é um tema que carece de atenção em todos os âmbitos, especialmente considerando que, segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), há aproximadamente 20 milhões de pessoas com algum tipo de deficiência no Brasil. De acordo com o art. 2º da Lei 13.146/2015 do Estatuto da Pessoa com Deficiência, a pessoa com deficiência é aquela que “tem impedimento de longo prazo de natureza física, mental, intelectual ou sensorial, o qual, em interação com uma ou mais barreiras, pode obstruir sua participação plena e efetiva na sociedade em igualdade de condições com as demais pessoas”.

É comum que a deficiência seja tratada de acordo com o modelo médico, que a considera uma consequência natural da lesão em um corpo, focando apenas em aspectos de

[1] Mestranda do Curso de Comunicação do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Goiás (UFG). e-mail: sabrynamoreno@discente.ufg.br.

saúde e doenças. Conforme aponta Diniz (2007), essa abordagem é frequentemente insuficiente, pois não leva em conta as dinâmicas sociais que influenciam a inclusão e a participação das PcD na sociedade. A falta de reconhecimento de que muitas pessoas com deficiência podem não estar inclusas e reconhecidas nas estatísticas é um obstáculo para a elaboração de políticas públicas eficazes.

Além disso, a concepção de deficiência como parte da diversidade humana, seguindo o modelo social, ainda é pouco praticada. Para o modelo médico, o problema reside na lesão; por outro lado, o modelo social atribui à deficiência a origem em arranjos sociais opressivos que marginalizam aqueles que não se encaixam nos padrões normativos. Essa inversão de lógica é essencial para a compreensão das barreiras que pessoas com deficiência enfrentam diariamente, em que a deficiência é menos um resultado de limitações físicas e mais um reflexo das estruturas sociais que perpetuam a exclusão e o preconceito.

Apesar das transformações sociais que visam promover a inclusão da comunidade PcD, uma sociedade verdadeiramente inclusiva e acessível é ainda uma expectativa distante. Frequentemente, as narrativas e vivências dessas pessoas são limitadas a estereótipos de superação ou representações como incapazes e infelizes, perpetuando estigmas nocivos. Goffman (1998) descreve o estigma como a discriminação sofrida por aqueles que são percebidos como diferentes, o que resulta em uma visão distorcida e desumanizada das experiências de pessoas com deficiência. Essa cultura de estigmatização é alimentada por um histórico de invisibilidade que prioriza a deficiência em detrimento da pessoa, rotulando corpos considerados fora do padrão e, assim, reforçando a ideia de que a deficiência precede a individualidade.

Para contribuir com os enfrentamentos a essa questão, Anahí Guedes de Mello introduz, no Brasil, o termo "capacitismo", que traduz, a partir de “*ableism*”, a discriminação e o preconceito social contra pessoas com deficiências. O capacitismo, portanto, está para as pessoas com deficiência assim como o racismo está para as pessoas negras (Campbell, 2001). Goffman (1998) argumenta que, para evitar a segregação, indivíduos estigmatizados são compelidos a submeter-se a um processo de aceitação, o que muitas vezes implica em conformar-se aos padrões impostos pela sociedade.

Nesse contexto, a representação de pessoas com deficiência e a garantia do direito humano à comunicação devem ser discutidas, dentro e fora do ambiente acadêmico. A forma como a mídia aborda a deficiência e as experiências das pessoas com deficiência,

dessa forma, pode reforçar ou desafiar estereótipos, e a falta de inclusão de recursos de acessibilidade nas produções audiovisuais é um reflexo das barreiras ainda presentes. Com isso em mente, este artigo busca refletir sobre o programa "Falas de Acesso" da TV Globo, que se destaca por trazer à tona vozes autênticas e experiências de pessoas com deficiência.

COMUNICAÇÃO COMO DIREITO

O conceito de cidadania transcende a noção de direitos civis, políticos e sociais formais, pois envolve também a capacidade de participação ativa na vida pública e a construção de vínculos sociais. Marshall (1967), em seus estudos sobre cidadania, destaca que essa condição é um status conferido a todos os que integram plenamente uma comunidade, e essa integração só é possível quando há garantia de participação em processos de troca simbólica, como a comunicação.

A cidadania, para Marshall (1967), não se limita ao acesso a direitos civis e políticos, como o direito ao voto ou à propriedade, mas abrange a participação ativa na sociedade, o que inclui o direito à informação e à comunicação. O direito humano à comunicação é um eixo fundamental nesse processo, pois, sem ele, o indivíduo fica à margem de debates públicos, do fluxo de informações e da formação de opinião sobre os temas que impactam a coletividade. É por meio da comunicação que os cidadãos exercem sua voz, interagem com instituições e outras pessoas, e, sobretudo, constroem uma identidade social e política.

Nessa perspectiva, a comunicação deve ser entendida como fundamento do exercício da cidadania. Para Signates e Moraes (2019), a cidadania é um processo de troca simbólica, onde os indivíduos se conectam por meio de informações, significados e debates, consolidando uma sociedade mais participativa e inclusiva. A comunicação é, em si, um mecanismo de construção de relações sociais e políticas.

Na linha de pensamento sobre o direito humano à comunicação, Mata (2006) propõe a noção de cidadania comunicativa. A autora reitera que o exercício da cidadania não se limita à participação política formal, mas se expande para a capacidade de engajamento ativo nos espaços onde o poder e os direitos são negociados, incluindo o âmbito comunicacional.

Para Mata (2006), a cidadania comunicativa é fundamentalmente sobre o reconhecimento do direito de ser sujeito nas esferas onde a comunicação ocorre, e sobre a apropriação desses espaços como forma de empoderamento. Isso significa que a plena

cidadania só pode ser alcançada quando os indivíduos possuem acesso igualitário à informação e à capacidade de expressão, possibilitando sua participação nas decisões que moldam a sociedade.

> A noção de cidadania comunicativa refere-se necessariamente aos direitos civis – liberdade de expressão, direito à informação, possibilidade de exigir a publicidade dos assuntos públicos, etc. –, consagrados juridicamente por diversos instrumentos como a constituição dos Estados, leis, decretos, disposições regulamentares. Neste sentido, e como ocorre em geral com os direitos civis, a cidadania comunicativa representa um limite à ação do Estado para garantir a liberdade das pessoas e representa um status jurídico. (Mata, 2006, p. 13, tradução nossa)

A comunicação, portanto, tem o poder de potencializar a percepção crítica dos cidadãos sobre o mundo, como apontam Temer e Tuzzo (2019), permitindo-lhes participar de debates públicos e alcançar o exercício pleno da cidadania. A partir desse viés, aquele que não recebe o devido acesso à comunicação, sendo, portanto, silenciado no processo comunicacional, encontra-se na condição de subcidadão.

O conceito de subcidadania comunicacional, considerado por Signates e Moraes (2019), propõe uma reflexão crítica sobre as estruturas sociais que perpetuam as desigualdades. Na condição de subcidadão, o sujeito é privado de seu lugar de fala, sendo apenas falado e não falante, realidade que traz à tona que “negar a comunicabilidade a um sujeito, dentro de uma sociedade de direitos, é negar-lhe a própria cidadania” (Signates e Moraes, 2019, p. 33).

A noção de subcidadania comunicacional se entrelaça com a ideia de comunicação como incomunicabilidade (Signates e Moraes, 2019), em que indivíduos marginalizados enfrentam barreiras estruturais que os impedem de serem ouvidos e reconhecidos na esfera pública. Esse silenciamento é muitas vezes uma forma de violência simbólica, na qual a linguagem é usada como ferramenta de dominação. Estigmatizações, discursos pejorativos e excludentes são mecanismos que reforçam a incomunicabilidade e perpetuam estruturas assimétricas de poder.

Gomes (2007) argumenta que a diversidade de vozes e a autonomia na produção de conteúdos são essenciais para a efetivação do direito à comunicação, ou seja, da cidadania comunicativa. A comunicação não deve ser unilateral, mas sim um fluxo democrático que possibilite a todos expressar suas opiniões e contribuir para a formação de um espaço público inclusivo.

> O direito humano à comunicação não admite uma só voz no fluxo de informação e conhecimento, um discurso único, vertical, unilateral, mas a possibilidade de

> diversas vozes e autonomia dos sujeitos; não aceita meios de transmissão, de transferência, de distribuição, mas sim meios de comunicação, ou seja, de participação democrática na produção e difusão de conteúdos (Gomes, 2007, p. 399).

Dessa forma, para promover a cidadania comunicativa, é necessário criar práticas que favoreçam a inclusão e a diversidade de pessoas. Costa Filho (2020) destaca a importância do diálogo entre comunidades, movimentos sociais e profissionais de comunicação, permitindo que indivíduos não sejam apenas consumidores de informações, mas protagonistas na produção de conteúdos que refletem suas realidades. “Neste processo, estes atores podem realizar um intercâmbio horizontal entre a apropriação inventiva dos meios e os conhecimentos técnicos de produção de comunicação” (Costa Filho, 2020, p. 9).

ACESSIBILIDADE COMUNICATIVA

A acessibilidade comunicativa é um conceito proposto por Bonito (2016) para destacar a importância da garantia de que os conteúdos sejam acessíveis a todas as pessoas, com as devidas adaptações de acordo com suas diversidades, especialmente sensoriais, como no caso de pessoas com deficiência auditiva ou visual, por exemplo. Ao defender a comunicação sem barreiras como um direito humano, Bonito (2016) argumenta que o jornalismo deve trabalhar para eliminar obstáculos que impeçam o acesso à informação para pessoas com deficiência auditiva ou visual. Assim, o processo de produção jornalística precisa incorporar tecnologias e práticas que viabilizem esse acesso, como a legenda, a janela de Libras e a audiodescrição.

Essa perspectiva encontra respaldo no Decreto Nº 5.296/2004, que estabelece a obrigatoriedade da oferta de recursos como audiodescrição, janela de Libras e legendagem em conteúdos audiovisuais, com vistas à inclusão de pessoas surdas e cegas. No entanto, observa-se que, mesmo com essa legislação em vigor, a programação televisiva ainda é amplamente orientada para uma audiência ouvinte e vidente, excluindo uma parte significativa da população que possui deficiências sensoriais (Cirne e Belem, 2022).

Bonito (2016) ressalta que a acessibilidade comunicativa não deve ser vista como um "trabalho extra", mas como uma demonstração de respeito à diversidade funcional e ao direito humano à comunicação sem barreiras. Ou seja, ao implantar recursos de acessibilidade, os veículos de comunicação estão cumprindo com a legislação e com o respeito aos públicos diversos. O autor sugere que, ao se criar conteúdos jornalísticos, é preciso considerar a inclusão de todos os públicos, o que também contribui para a cidadania

comunicativa dessas pessoas. Quando a comunicação é plenamente acessível, ela promove a inclusão social e o exercício da cidadania de maneira plena, ao garantir que todos possam ter acesso à informação.

Na prática, a aplicação de recursos de acessibilidade comunicativa no telejornalismo pode ocorrer por meio da legendagem eletrônica (*closed caption*), que oferece transcrições textuais de diálogos, sons e músicas; da janela de Libras, com intérpretes que traduzem a informação para a Língua Brasileira de Sinais (Libras); e da audiodescrição, que proporciona a narração de elementos visuais-chave para telespectadores com deficiência visual. No entanto, a implementação efetiva desses recursos ainda é limitada pela falta de investimentos e pela priorização de uma audiência sem deficiência (Cirne e Belem, 2022).

A inclusão desses recursos é fundamental não apenas para cumprir obrigações legais, mas também para que o jornalismo tenha o devido caráter democrático e representativo. Isso inclui a valorização de narrativas protagonizadas por pessoas com deficiência, não apenas em temas relacionados à deficiência, mas em diversos campos da sociedade, ampliando sua visibilidade e participação como fontes de informação. Nesse sentido, destaca-se que é preciso que a informação de interesse público "chegue ao maior número de pessoas, o que inclui o telespectador com deficiência visual" (Scoralick, 2020, p. 100).

TELEVISÃO BRASILEIRA

A televisão ocupa um papel central na vida cotidiana dos brasileiros desde sua introdução em 1950, e estabeleceu-se como um dos principais meios de comunicação de massa no país. Sua ampla penetração geográfica e social fez dela um veículo de entretenimento, mas também de formação de opinião e identidade cultural. Em um cenário de comunicação de massa, definida por Temer e Nery (2004) como uma forma de transmissão de mensagens para um público amplo e heterogêneo por meio de tecnologias intermediadoras, a televisão brasileira é capaz de moldar o imaginário coletivo de gerações.

De acordo com a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD) Contínua de 2024, realizada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), a televisão está presente em 94,3% dos lares brasileiros, índice que reflete sua resiliência como meio de comunicação, mesmo diante da crescente popularidade da internet e das plataformas de streaming. A televisão teve que se adaptar às novas tecnologias, considerando que 43,4% dos lares com TV utilizam também serviços de streaming de vídeo.

Em sua história, a televisão brasileira teve um impacto expressivo na consolidação de uma identidade nacional, ao promover uma cultura comum em um país marcado por profundas desigualdades regionais e sociais. Ao longo das décadas, ela foi capaz de unir diferentes estratos sociais e geográficos, transmitindo conteúdos que alcançaram até os locais mais remotos do país. Conforme destaca Baracho (2007), essa expansão massiva da televisão, especialmente pela Rede Globo, proporcionou acesso à informação e entretenimento, e reforçou a ideia de uma identidade coletiva nacional.

Nesse sentido, o aumento do acesso à televisão no decorrer das décadas permitiu que ela se tornasse um elemento unificador na sociedade brasileira e contribuísse para a formação de um "imaginário nacional" que, segundo Bucci (1997), muitas vezes se sobrepôs à realidade fragmentada de um país marcado por desigualdades. A televisão se consolidou ao ponto de fazer com que "um país desunido (real) se visse (se imaginasse) unido" (Bucci, 1997, p. 13).

A televisão também tem o poder de moldar narrativas e influenciar opiniões, sendo, portanto, elementar para a construção de uma cidadania comunicativa. Como destaca Gomes (2007), a televisão, ao permitir a participação de diferentes vozes e narrativas, ajuda a garantir que a diversidade de opiniões e experiências seja representada na esfera pública.

No âmbito da informação, o telejornalismo ocupa espaço relevante na grade televisiva e no consumo de notícias pela população, com isso, reflete diretamente as dinâmicas da sociedade. Como destaca Temer (2006, p. 247), ele é "condicionado e limitado à capacidade de aceitação do seu público, e somente irá se tornar melhor, mais consciente ou mais voltado para suas responsabilidades sociais quando o seu público assim o exigir". Portanto, é necessário tensionar sobre a relação simbiótica entre o jornalismo televisivo e seu público, a fim de evidenciar que o aprimoramento do conteúdo jornalístico está diretamente ligado ao grau de engajamento e crítica da sociedade.

O telejornalismo não deve ser uma mera janela para o mundo, mas um espaço onde se materializam as lutas por inclusão e representação. A partir disso, observa-se que a ausência de pluralidade de fontes e a abordagem negligente por parte da imprensa tradicional resultam na perpetuação de preconceitos e na marginalização de grupos historicamente oprimidos. Quando a mídia ignora a diversidade de vozes e experiências, falha em seu papel de promover o direito à informação de maneira igualitária e justa.

Vivarta (2003, p. 9) afirma que “jornalistas brasileiros ainda têm muitas dúvidas sobre como abordar as temáticas associadas à deficiência em suas matérias - talvez por isso as evitem tanto”. Essa realidade fica evidente quando percebe-se que, na maioria das vezes, por exemplo, pessoas com deficiência são consideradas como fontes de conteúdos jornalísticos apenas quando o assunto é deficiência. Observa-se que o problema refere-se à acessibilidade, mas vai além, tornando urgente a ampliação de discussões sobre representatividade de pessoas com deficiência no jornalismo.

FALAS DE ACESSO

A análise de conteúdo, segundo Bardin (1977), vai além da simples compreensão literal das palavras ou expressões presentes nas mensagens. Essa metodologia busca observar as realidades ocultas por trás do discurso, investigando os sentidos implícitos e as intencionalidades subjacentes. Para o autor, a análise de conteúdo permite "conhecer aquilo que está por trás das palavras" (Bardin, 1977, p. 44), ou seja, é necessário interpretar não apenas o conteúdo explícito das comunicações, mas também as representações e valores que permeiam as mensagens.

Para o especial "Falas de Acesso", a análise de conteúdo é um caminho possível para a compreensão de como as narrativas são construídas e quais significados podem ser transmitidos ao público. Este trabalho visa identificar brevemente não apenas o que é dito explicitamente sobre a acessibilidade e a inclusão, mas também como esses temas são tratados, quais são as perspectivas predominantes e o que há de diferente se comparado à comum representação de pessoas com deficiência em conteúdos midiáticos.

O "Falas de Acesso" é um programa especial exibido pela TV Globo, que faz parte do projeto "Falas", uma série de especiais dedicados às principais datas e causas sociais ao longo do ano. O projeto visa promover debates importantes e dar visibilidade a temas que envolvem direitos humanos, diversidade e inclusão. O "Falas de Acesso", exibido em 23 de setembro de 2024, com total de 42 minutos, destacou o Dia Nacional de Luta das Pessoas com Deficiência, celebrado em 21 de setembro.

De acordo com a Rede Globo, o programa tem como missão transformar o olhar da sociedade em relação às pessoas com deficiência, abordando questões sobre acessibilidade, preconceito, capacitismo e inclusão. Inicialmente, o especial se destaca pela diversidade das equipes, tanto na frente quanto atrás das câmeras, e, em seu conteúdo, busca ser didático e

provocador, promovendo reflexões que desafiem comportamentos e atitudes arraigadas na sociedade. O programa contou com o envolvimento direto de profissionais com deficiência, que atuaram como consultores e participantes ativos na criação e execução do projeto.

Um dos grandes destaques do "Falas de Acesso" é a acessibilidade plena em sua exibição, pois vai além de recursos automatizados como o *closed caption*. O especial oferece audiodescrição, além de que, durante todo o programa, há intérpretes de Libras, a fim de garantir que todo o conteúdo seja acessível a pessoas com deficiências auditivas e visuais, as quais frequentemente são invisibilizadas como consumidoras de produtos televisivos, haja vista que a TV tem como principais recursos o som e a imagem.

O "Falas de Acesso" busca, a partir de recursos inovadores como a linguagem mais simples e descontraída, utilizar diferentes formatos para abordar a temática, como experimentos sociais e esquetes de humor. Ainda no início do programa, é destacado o lema da Organização das Nações Unidas (ONU), "Nada sobre nós, sem nós", que evidencia o protagonismo de pessoas com deficiência. Nesse sentido, observa-se que o especial visa não só informar, mas também gerar identificação e promover uma mudança de mentalidade, destacando a acessibilidade e a inclusão como direitos fundamentais a todas as pessoas.

O especial é apresentado pela jornalista Flávia Cintra, uma das poucas jornalistas com deficiência física na televisão brasileira, e traz uma perspectiva única ao projeto, tanto pela sua experiência profissional quanto por suas vivências pessoais. Ela integra a equipe do programa Fantástico, revista eletrônica da TV Globo que combina gêneros como jornalismo investigativo, esportes e entretenimento.

Além de Flávia, o programa conta com a presença de atores, atrizes, produtores de conteúdo nas mídias sociais e outras figuras públicas. Muitas delas, inclusive, não são lidas pela sociedade como pessoas com deficiência por terem uma deficiência oculta, ou seja, que pode não ser percebida de imediato - como deficiências cognitivas. Vale citar, por exemplo, a atriz Leilah Moreno, diagnosticada com Transtorno do Espectro Autista (TEA).

Entretanto, a verdadeira inclusão vai além de reservar espaço apenas para pessoas com deficiência. O "Falas de Acesso" também conta com a presença de participantes sem deficiência, reforçando a importância de um diálogo que envolva a sociedade como um todo. A presença de artistas como Eduardo Sterblitch e Letícia Colin nos esquetes de humor, por exemplo, contribuiu para a ampliação do debate, tornando o conteúdo acessível e relevante

para diferentes públicos e promovendo a reflexão sobre as barreiras sociais, comportamentais e estruturais que afetam toda a sociedade.

O programa "Falas de Acesso" começa com uma fala, que é completada por várias pessoas com deficiência, estabelecendo o tom reflexivo e provocador que será abordado ao longo do especial: “Para muita gente eu sou coitadinha ou exemplo de superação. E para você? Tem quem acha que a minha vida é triste só porque eu tenho uma deficiência, acredita? Você considera aceitável que pessoas com deficiência ainda hoje sejam percebidas como incapazes ou inferiores? Sim, ainda somos excluídos em pleno século XXI. E o nome disso é capacitismo, preconceito contra pessoas com deficiência”.

Essas declarações questionam diretamente o público sobre os estereótipos e preconceitos com os quais as pessoas com deficiência ainda são tratadas. O uso do termo "capacitismo" — que descreve o preconceito contra pessoas com deficiência — dá o tom da discussão que o programa pretende instigar.

Uma das partes do especial foi composta pela exibição de experimentos sociais. Em um restaurante, estão apenas pessoas com deficiência. Apenas os convidados são pessoas sem deficiência. A dinâmica da interação inverte o padrão socialmente comum, onde são as pessoas com deficiência que frequentemente vivenciam a infantilização e a exclusão em ambientes sociais. Nesse experimento, porém, é a pessoa sem deficiência que passa a ser tratada de forma condescendente. Os outros participantes fazem perguntas que a infantilizam, como se ela não fosse capaz de tomar decisões por si mesma, e a fazem sentir-se desconfortável e excluída.

Destaca-se o uso de termos como “pessoa normal” para se referir à pessoa sem deficiência. “Vocês querem que eu me refira a vocês como pessoas nada especiais ou pessoas portadoras de normalidade?”, diz um dos atores. As pessoas testadas respondem com estranhamento e desconforto, enquanto estão sentadas em uma mesa em que um dos assentos está identificado como “reservado para pessoa sem deficiência”. Durante o experimento social, são mostrados exemplos de infantilização, ajuda exagerada e curiosidade invasiva, como quando um ator com nanismo pergunta a um dos testados qual a altura dele, e, após isso, utiliza uma fita métrica para “tirar a dúvida”.

Figura 1 - Experimento social em restaurante



Fonte: Falas de Acesso (Globoplay)

O desconforto gerado no experimento é uma analogia direta ao sentimento que muitos indivíduos com deficiência enfrentam em sua interação com a sociedade. Ao inverter os papéis, o programa convida o público sem deficiência a se colocar no lugar do PcD e perceber o quão desumanizante e excludente pode ser o comportamento habitual em relação à deficiência. Portanto, é uma estratégia que provoca reflexão sobre a importância de enxergar as pessoas com deficiência como indivíduos plenos, autônomos e dignos de respeito e consideração.

Outro momento do experimento social mostra como seria se a língua principal fosse a de Sinais. O garçom se aproxima da mesa, e se comunica com os participantes utilizando Libras. A pessoa testada, sem deficiência, mais uma vez se encontra em situação de desconforto e confusão, por não compreender o que está sendo dito, portanto, acaba precisando de ajuda de um dos atores que traduz Libras para a Língua Portuguesa. A cena ilustra de forma contundente como a comunicação pode ser uma barreira significativa, não apenas para pessoas com deficiência, mas também para aqueles que não estão familiarizados com os diferentes modos de interação. A situação leva ainda à reflexões sobre a importância de se educar a sociedade sobre a Língua de Sinais e as necessidades comunicativas de pessoas surdas.

Após o fim do experimento social, ao responder à apresentadora sobre sua experiência, um dos participantes testados relata o incômodo ao ter sido atendido pelo garçom em Libras. “Me incomodou, porque eu não falo Língua de Sinais. Então o Cláudio me

ajudou", disse. "Isso foi uma das coisas que mais me preocupou, porque percebi que não conseguia conversar com ela", disse outra participante. As cenas das pessoas sem deficiência reagindo às situações constrangedoras são intercaladas com relatos dos participantes com deficiência sobre suas dificuldades no dia a dia, seja por falta de acessibilidade ou inclusão.

Em outro trecho do "Falas de Acesso", participantes como o influenciador digital e pedagogo Ivan Baron vão às ruas para conversas com as pessoas sobre o que é capacitismo. "Acredito eu que seria a questão de você ter acesso e poder ser aceito mais facilmente pela sociedade", disse um dos perguntados, respondendo algo semelhante ao contrário do que é capacitismo - termo que se refere ao preconceito e discriminação contra pessoas com deficiência.

O programa também traz questões históricas e apresenta conceitos importantes sobre a história de pessoas com deficiência, com a participação de ativistas como a pesquisadora Izabel Maior, que conta a trajetória da comunidade PcD quando ainda não havia nenhuma legislação que a defendesse. Hoje, o capacitismo é crime previsto em lei.

O "Falas de Acesso" traz ainda esquetes de humor sobre situações constrangedoras entre pessoas com e sem deficiência. Uma das cenas se passa em um casamento. A noiva é uma mulher sem deficiência aparente, enquanto o noivo é um homem com deficiência física. Uma convidada chega, visivelmente emocionada e com uma atitude exagerada, e se aproxima da noiva.

Com uma postura espalhafatosa, ela se dirige apenas à noiva, ignorando completamente o noivo, justificando sua emoção por ser "raro" um tipo de casamento como esse. "Você vai ter que cuidar dele. Você é muito generosa e ele tem muita sorte", diz a personagem.

No decorrer da conversa constrangedora, a noiva justifica que eles não são diferentes, que gostam de coisas parecidas e que, além do mais, ela também tem uma deficiência (mas é oculta) - a atriz é Leilah Moreno, que realmente tem uma deficiência oculta. Então a personagem, interpretada pela atriz Letícia Colin, responde, mais uma vez, protagonizando uma cena que, apesar de desconfortável, é comum: "Você parece normal", diz à noiva.

A abordagem humorística da esquete serve para expor a superficialidade e a falta de entendimento que muitas vezes cercam as interações entre pessoas com e sem deficiência. O exagero da convidada destaca o capacitismo presente na sociedade, revelando como essas

atitudes podem ser prejudiciais e desumanizadoras, mesmo que não sejam intencionais. Essa cena pode provocar riso, mas também leva ao desconforto necessário.

Outra esquete de humor se passa em um ambiente de trabalho. Um homem sem deficiência, interpretado pelo ator Eduardo Sterblitch, entra no escritório com uma aparência desleixada. Sua roupa está bagunçada, e ele parece cansado e desmotivado. Ele se aproxima de um colega que tem deficiência física e começa a desabafar sobre o seu dia. “Eu decidi que não ia vir pra cá, mas aí lembrei de você, você é cheio de dificuldades, cheio de problema. E eu com uma questão de preguiça. Então queria te agradecer mesmo”.

O homem sem deficiência, em cena, não se dá conta de que sua atitude infantiliza o colega, reduzindo a complexidade de suas lutas a um mero exemplo de superação. A cena, ao misturar humor e desconforto, critica a ideia de que as dificuldades das pessoas com deficiência devem servir como inspiração para os outros.

Figura 2 - Experimento social no trabalho



Fonte: Falas de Acesso (Globoplay)

As esquetes, embora com tom de divertimento, expõem de maneira contundente as dinâmicas sociais que perpetuam o capacitismo, desafiando os espectadores a reconsiderar suas percepções sobre a deficiência e a inclusão. Dessa forma, ao trazer personagens com deficiências e apresentadores que também enfrentam desafios cotidianos, o programa promove um espaço de identificação e empatia, fundamental para a construção de uma sociedade mais inclusiva.

A intersecção entre humor e crítica social pode ser ainda mais eficaz para a conscientização, e mostra que o enfrentamento das barreiras sociais e estruturais que

cercam as pessoas com deficiência é uma responsabilidade coletiva. Portanto, o programa não só se destaca pela qualidade do conteúdo, mas também pelo seu compromisso em colocar as vozes e experiências de pessoas com deficiência em evidência e desafiar o público a refletir sobre seus próprios preconceitos.

Este artigo, como foi apresentado, se baseia em análise de conteúdo, mas é relevante pontuar alguns comentários feitos por telespectadores em perfis do Instagram, acerca de suas experiências ao assistirem o "Falas de Acesso". Os comentários do público receptor reforçam a relevância e o impacto do programa, e demonstram que houve uma provocação de mudança de perspectiva entre pessoas sem deficiência que assistiram.

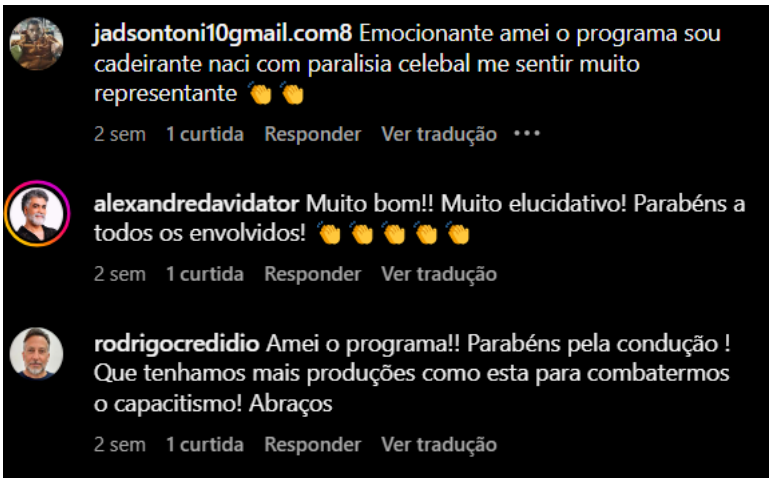
Figura 3 - Post com comentários de telespectadores



Fonte: Instagram @somosglobo

Dentre os comentários públicos, destacam-se também aqueles feitos por pessoas com deficiência, que, na condição de protagonistas de suas próprias histórias, expressaram o sentimento de alegria pelo destaque recebido. A reação do público receptor com deficiência é importante para repensar a importância da pluralidade de fontes em conteúdos jornalísticos.

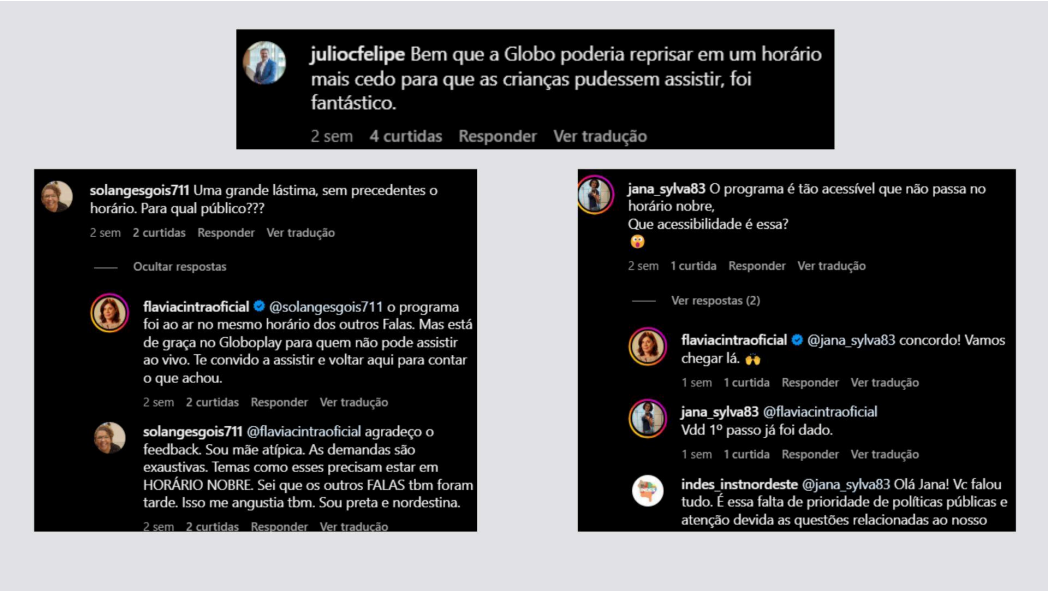
Figura 4 - Comentários de telespectadores



Fonte: Instagram @flaviacintraoficial

No entanto, a escolha do horário de exibição na TV, a partir das 23h25 de uma segunda-feira, após o reality show, gerou críticas nas redes sociais de pessoas interessadas no conteúdo e na disseminação de informações anticapacitistas. Muitos usuários expressaram descontentamento pela programação não ter sido veiculada em um horário nobre, o que poderia garantir uma audiência mais ampla e um maior impacto.

Figura 5 - Compilado de comentários de telespectadores (montagem nossa)



Fonte: Instagram @flaviacintraoficial

CONSIDERAÇÕES

O programa "Falas de Acesso" da TV Globo é um sinal relevante de avanço na representação e discussão de temas relacionados à acessibilidade e inclusão de pessoas com deficiência na mídia. O especial utiliza recursos de inovação para informar e instigar o público a refletir sobre suas percepções e comportamentos em relação à deficiência, desafiando estereótipos arraigados e o capacitismo presente na sociedade.

Durante a análise do conteúdo, destaca-se que o programa valoriza a inclusão de vozes autênticas e experiências de pessoas com deficiência, portanto, enfatiza o protagonismo da comunidade PcD na narrativa sobre suas próprias vidas. A utilização de recursos de acessibilidade, como audiodescrição e Libras, demonstra compromisso com a inclusão plena e reconhece a importância de garantir que todos tenham acesso ao conteúdo televisivo.

Os experimentos sociais apresentados no programa foram eficazes em inverter os papéis tradicionais, permitindo que o público sem deficiência vivenciasse, ainda que de forma simulada, as situações desconfortáveis frequentemente enfrentadas por pessoas com deficiência.

No entanto, também é importante levantar questões críticas sobre a percepção do público e a desigualdade na aplicação de recursos de acessibilidade em toda a grade de programação das emissoras convencionais, como a TV Globo. Apesar de trazer discussões importantes sobre inclusão e deficiência, o fato de o programa ter sido exibido em um horário não convencional, muito tarde, e não no horário nobre, reflete uma subestimação da relevância do tema para a audiência em geral. Compreende-se que esse foi o horário para encaixar todo o projeto “Falas”, independente do tema, na grade da emissora, entretanto, essa escolha pode resultar na falta de engajamento do público e na limitação da discussão sobre acessibilidade em um espaço que deveria ser mais central.

Além disso, a inclusão de recursos como audiodescrição e Libras ressalta um compromisso com a acessibilidade, mas também evidencia uma realidade de ausência desses recursos em outros programas, especialmente em jornais e novelas, que alcançam uma audiência massiva no cotidiano. Ou seja, não basta apenas incluir recursos de acessibilidade em um programa especial sobre deficiência. Essa disparidade sugere que a inclusão de pessoas com deficiência ainda é vista como uma iniciativa pontual, em vez de uma prática padrão. A beleza e a relevância do "Falas de Acesso" devem servir como um

modelo, não como uma exceção, garantindo que a inclusão seja uma prioridade constante, a fim de contribuir com o alcance de impacto duradouro na percepção social da deficiência.

REFERÊNCIAS

BONITO, Marco. **A Problematização da Acessibilidade Comunicativa como Característica Conceitual do Jornalismo Digital.** Âncora - Revista Latino-americana de Jornalismo, João Pessoa, v. 3, n. 1, p.175-193, jan./jun. 2016.

BARACHO, Maria Luiza. **Televisão Brasileira: Uma (re)visão.** Revista de História e Estudos Culturais Fênix, v. 4, Ano IV nº 2, 2007.

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

BUCCI, Eugênio. **A imprensa e o dever da liberdade:** a responsabilidade social do jornalismo em nossos dias. In . São Paulo: ANDI, 2008.

CAMPBELL, Fiona K. **Inciting Legal Fictions:** 'Disability's' date with Ontology and the Ableist Body of Law. In: Griffith Law Review, vol. 10, n 1, p. 42-62, 2001.

CIRNE, Livia; BELEM, Vitor. **Precisamos Falar sobre Inclusão e Acessibilidade na Televisão Brasileira.** Descompassos nas Políticas de Acessibilidade e nos Padrões de Janelas de Libras em Produções Audiovisuais Financiadas pela Ancine. Revista GEMInIS, v. 13, n. 1, pp. 34-52, jan./abr. 2022

COSTA FILHO, Ismar Capistrano. **Rádios comunitárias, Cidadania Comunicativa e Autonomia Comunicativa:** lutas pelo direito à comunicação. Intercom: 2020.

DINIZ, Débora. **O que é deficiência.** In: Coleção Primeiros Passos. São Paulo: Brasiliense, 2007.

GOFFMAN, Erving. **Estigma:** notas sobre a manipulação da identidade deteriorada. Tradução: Mathias Lambert. 4ª ed. São Paulo: LTC, 1988.

GOMES, Raimunda Aline Lucena. **A comunicação como direito humano:** Um Conceito em Construção. 2007.

MATA, María Cristina. **Comunicación y ciudadanía:** problemas teórico-políticos de su articulación. Fronteiras – Estudos Midiáticos, São Leopoldo, v. 8, n. 1, p. 5-15, 2006.

MARSHALL, T.H. **Cidadania e classe social.** In: Cidadania, classe social e status. Rio de Janeiro: Zahar, 1967. p.57-114.

SCORALICK, Kelly. **Audiodescrição no telejornalismo:** a inclusão das pessoas com deficiência visual por meio da descrição das imagens. Educação e Fronteiras, Dourados, v. 10, n. 28, p.

90–102, 2020. DOI: 10.30612/eduf.v10i28.13025. Disponível em: https://ojs.ufgd.edu.br/index.php/educacao/article/view/13025. Acesso em: 8 set. 2024.

SIGNATES, Luiz; MORAES, Ângela. **A cidadania como comunicação: estudo sobre a especificidade comunicacional do conceito de cidadania.** Cidadania Comunicacional: teoria, epistemologia e pesquisa. 2019.

TEMER, Ana Carolina. NERY, Vanda. **Para entender as teorias da comunicação.** Uberlândia: Asppectus, 2004.

TEMER, Ana Carolina. **Telejornalismo:** um espaço socialmente construído. Comunicação & Informação, v. 9, n. 2, p. 238-247, 2006.

VIVARTA, Veet (Org.). **Mídia e deficiência.** Brasília: Fundação Banco do Brasil, 2003.

JORNALISMO CLIMÁTICO: PRINCÍPIOS NORTEADORES EM REPORTAGENS DE DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA SOBRE O PROJETO NAPI EMERGÊNCIA CLIMÁTICA

Artur Oliari Lira[1]
Criselli Maria Montipó[2]

RESUMO

A comunicação tem o papel de sensibilizar a população sobre a crise climática. Neste contexto, a Agência Escola de Divulgação Científica da Universidade Federal do Paraná, em parceria com o projeto Novos Arranjos de Pesquisa e Inovação em Emergência Climática, desenvolveu conteúdos sobre o tema. Este artigo analisa nove reportagens produzidas para o site da agência e parceiros, de forma a discutir práticas e possibilidades do jornalismo ambiental vinculado à divulgação científica.

Palavras-chave: divulgação científica; jornalismo; emergência climática; jornalismo ambiental; Agência Escola.

ENVIRONMENTAL JOURNALISM: GUIDING PRINCIPLES IN SCIENTIFIC COMMUNICATION REPORTS ON THE NAPI EMERGÊNCIA CLIMÁTICA PROJECT

ABSTRACT

Communication plays a key role in raising awareness about climate change. In this context, the Agência Escola de Divulgação Científica da Universidade Federal do Paraná, in partnership with the project Novos Arranjos de Pesquisa Emergência Climática, develops content on the research of the initiative. This scientific paper analyzes nine reports produced for the agency's website and its partners to discuss practices and possibilities of environmental journalism and science communication.

Keywords: Scientific divulgation; journalism; climate emergency; environmental journalism; Agência Escola.

INTRODUÇÃO

O Brasil está queimando: apesar de ser um problema recorrente nos biomas brasileiros em período de secas e estiagens, o segundo semestre de 2024 tem sido um período de intensificação recorde no número de incêndios, sejam naturais ou criminosos. O

[1] Doutorando em Comunicação, Universidade Federal do Paraná, arturoliarilira@gmail.com. Bolsista Capes.
[2] Doutora em Jornalismo pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). Bolsista de pós-doutorado do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFPR, com bolsa da Fundação Araucária de Apoio ao Desenvolvimento Científico e Tecnológico do Estado do Paraná. E-mail: criselli@gmail.com.

país ficou imerso em um grande nevoeiro de fumaça tóxica[3] e São Paulo foi considerada a metrópole com o pior ar do mundo[4] por dias seguidos em setembro de 2024. Nesse cenário onde a crise climática avança pelo mundo com chuvas intensas no Deserto do Saara[5], o derretimento de geleiras na Antártida[6] e a iminente possibilidade de que países inteiros sumam por conta do aumento do nível do mar[7], o jornalismo ambiental tem papel fundamental na conscientização da população e no fortalecimento do engajamento às causas ambientais.

No Paraná, as consequências da instabilidade climática têm intensificado ondas de calor, enchentes, vendavais, granizos, deslizamentos de encostas, entre outros. Para se ter uma ideia, a temperatura da capital paranaense, Curitiba, já está em média 1,2°C mais alta do que seis décadas atrás (Planclima, 2020). Com a alteração no regime de chuvas, além de temporais fortes e intensos, há períodos de estiagem como os vivenciados entre 2020 e 2021, o que acaba por atingir a população de forma desigual, afinal a população vulnerabilizada social, geográfica e economicamente é mais suscetível aos desastres (Louback; Lima, 2022).

Diante da crise climática, as variadas instâncias da comunicação social têm a responsabilidade de incluir tais temas no debate público, seja por meio de notícias, reportagens, ou mesmo na comunicação institucional, nas relações públicas e na publicidade. Todos os campos comunicacionais precisam estimular o debate crítico. O jornalismo, em especial, tem o papel de fomentar a participação no processo de tomada de decisão. Conforme ressalta Loose (2024), o jornalismo amplifica ou não as questões que envolvem a emergência climática e, mais especificamente, os veículos de comunicação não hegemônicos têm mais possibilidades de trabalhar essa questão dadas as configurações atuais ligadas à economia política do jornalismo e às relações entre o Norte e o Sul Global.

Perante essa realidade, a Agência Escola de Comunicação Pública da Universidade Federal do Paraná (AE[8]), em parceria com os Novos Arranjos de Pesquisa e Inovação

[3] Condição climática potencializou a canalização da fumaça dos incêndios das florestas para 80% do Brasil (O Globo, 2024).
[4] Em setembro de 2024 São Paulo foi considerada a metrópole com o pior ar do mundo por 5 dias consecutivos (Poder 360, 2024).
[5] No ano de 2024, também aconteceram incomuns inundações no Deserto do Saara (Metsul, 2024).
[6] Cientistas se preocupam com o acelerado derretimento das geleiras, especificamente uma denominada "Geleira do Juízo Final" (Instituto Humanistas Unisinos, 2024).
[7] País que está iminente de desaparecer do planeja prevê criar uma cópia para registro de si mesmo no metaverso (Exame, 2024).
[8] O site da Agência Escola de Comunicação UFPR está disponível em: https://agenciaescola.ufpr.br

Emergência Climática (Napi-EC) realiza trabalhos de divulgação científica relacionados ao clima. O Napi-EC funciona como uma organização de cientistas, financiados pela Fundação Araucária de Apoio ao Desenvolvimento Científico e Tecnológico do Estado do Paraná, para buscar soluções e análises para as questões climáticas relacionadas ao estado. O projeto conta com mais de 50 pesquisadores de áreas que vão das ciências biológicas à computação e da geografia até a comunicação.

A integração entre essas duas organizações começou em 2023, embora as atividades do Napi-EC terem sido iniciadas em junho de 2022[9], a partir da rede formada com outras oito instituições de ensino e de pesquisa. A parceria entre a AE e o Napi-EC se estrutura também a partir das atribuições do Eixo 5 desse arranjo: promover ações e perspectivas educacionais e comunicacionais no processo de sensibilização e conscientização para o enfrentamento da emergência climática no Paraná.

Deste modo, este artigo busca analisar os princípios norteadores da produção textual de reportagens desenvolvidas para o site da AE e parceiros, elaboradas nos dois primeiros anos desta cooperação, com conteúdos produzidos no período de março de 2023 até setembro de 2024. Uma das premissas que norteiam a análise é a necessidade de enfrentamento da crise climática a partir da responsabilização daqueles que efetivamente causaram o desequilíbrio e têm mais condições de enfrentá-las, portanto, a partir de uma perspectiva de cobrança por justiça climática (Louback; Lima, 2022).

Para analisar as reportagens no âmbito do jornalismo ambiental de qualidade adotaremos os critérios organizados por Del Vecchio; Lira (2023); Shome e Marx (2016); conforme apontamentos do estudo Modefica (2022) e também de acordo com as características da divulgação científica apresentados por Bueno (2010). Assim, este artigo está dividido em três seções, além da introdução e das considerações finais. Na primeira seção discutimos a necessária relação entre divulgação científica e emergência climática; na segunda parte apresentamos os procedimentos metodológicos adotados a partir da análise de conteúdos comunicativos sobre a crise, bem como as especificidades sugeridas na produção destes materiais; por fim, apresentamos os resultados das análises, a partir dos princípios norteadores presentes nas reportagens produzidas.

[9] Desde 2019 a Fundação Araucária passou a estruturar e financiar Napis em parceria com instituições de ensino e pesquisa do Paraná. O Napi-EC foi lançado em 2022 (Seti, 2024).

DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA E EMERGÊNCIA CLIMÁTICA

Há uma relação umbilical entre produção de ciência e divulgação científica. Esse é um dos pressupostos do conhecimento: fazer conhecer. Ou seja, pesquisas científicas precisam ser divulgadas para chegar aos diversos públicos implicados no processo de construção de saberes. No âmbito do conceito, a divulgação científica é "a utilização de recursos, técnicas, processos e produtos (veículos ou canais) para a veiculação de informações científicas, tecnológicas ou associadas a inovações ao público leigo" (Bueno, 2009, p. 162 apud Bueno, 2018, p. 2).

Tais técnicas podem ser utilizadas para a conscientização da população sobre diversos temas, inclusive sobre as questões ambientais. No caso de Assiz, Oliveira e Benchimol (2024), por exemplo, a divulgação científica atrelada ao jornalismo, por meio do *Jornal Beira do Rio*[10], traz informações para a população sobre pesquisas da Universidade Federal do Pará (UFPA) e, especificamente, sobre as interações com o meio ambiente. Inclusive, a análise de produções sobre divulgação científica e emergência climática não é nenhuma novidade, conforme pode ser visto em Casagrande; Silva Junior e Mendonça (2011).

Ao mesmo tempo, também há um anseio de pesquisadores quanto à ampliação e novas possibilidades da divulgação científica. No segundo ano da pandemia de Covid-19, a pesquisadora Ana Arnt relatou à *Revista Pesquisa*, elaborada pela Fapesp, que "a pesquisa científica precisa dialogar mais com as pessoas" (Pesquisa Fapesp, 2021, sp).

Nesse cenário, a Agência Escola de Comunicação Pública da Universidade Federal do Paraná (AE), nascida em 2018, está imbuída da responsabilidade de "criar e fortalecer relações acessíveis e informativas entre as pessoas e a ciência" (Agência Escola, 2024, sp). A AE funciona como um projeto de extensão e de formação na universidade. Além disso, atende demandas externas como o *Observatório das Metrópoles*, e os Novos Arranjos de Pesquisa e Inovação (Emergência Climática e Paraná faz Ciência).

Conforme Oliveira e Ribeiro (2023), a AE "se destina a um processo não apenas de produção de conteúdos, mas de incentivo a uma percepção crítica da teoria e prática de comunicar ciência" (sp). Busca atingir tal compromisso inserida em um processo de formação de divulgadores científicos e da comunicação pública voltada para a ciência aberta. A AE possui um corpo profissional multidisciplinar com professores ligados às áreas da Relações Públicas, Design, Jornalismo e Publicidade e Propaganda. Dentro da organização, existe um

[10] O site do jornal se encontra disponível em: https://www.beiradorio.ufpa.br/

núcleo de jornalismo com professores ligados à área; jornalistas e estudantes do curso na Universidade Federal do Paraná (UFPR).

Do mesmo modo, o eixo 5 dos Novos Arranjos de Pesquisa Emergência Climática (Napi-EC) busca sensibilizar e conscientizar a população para o enfrentamento da emergência climática no Paraná[11]. Vinculado à Fundação Araucária, o projeto tem como principal demanda buscar contribuir para que o Estado do Paraná possa cumprir o seu compromisso assumido com o Protocolo de Paris e a NDC Brasileira (Contribuição Nacionalmente Determinada (NDC, em inglês), "num trabalho transversal. Considerando que os setores e as áreas prioritárias do Estado estão diretamente relacionados com as emissões de GEE (Gases de efeito estufa)" (IAraucária, 2024, sp).

Como o Napi-EC prevê a divulgação científica em seu escopo foi então estabelecida a parceria entre as duas organizações e os trabalhos começaram em março de 2023. Os princípios norteadores para as reportagens, que serão detalhados na próxima seção, foram construídos processualmente. Uma das etapas de construção ocorreu durante a disciplina *Comunicação, direitos humanos e emergência climática,* oferecida como optativa aos estudantes do Departamento de Comunicação (Decom) da UFPR. O programa incluiu discussões sobre comunicação ambiental, comunicação e direitos humanos, contexto da emergência climática, justiça climática, racismo ambiental, grupos vulneráveis e invisibilidade midiática, além de estratégias de mobilização social. Tais perspectivas contribuíram na elaboração dos princípios norteadores que serão apresentados a seguir.

PRINCÍPIOS NORTEADORES: INDICADORES DA ANÁLISE DE CONTEÚDO

Como crise multifatorial, a emergência climática exige uma mobilização conjunta, em múltiplas escalas, o que inclui as variadas instâncias comunicativas, principalmente conteúdos jornalísticos que discutam questões climáticas (Loose, 2024), foco da nossa análise. Neste contexto, a narrativa jornalística pode assegurar que grupos envolvidos em questões ambientais identifiquem problemas e exijam soluções. O jornalismo científico, por sua vez, tem grande relevância por se configurar em um caso particular de divulgação

[11] Em cinco eixos, o projeto reúne pesquisadores vinculados a nove instituições de ensino paranaense: Universidade Federal do Paraná; Universidade Tecnológica Federal do Paraná; Pontifícia Universidade Católica do Paraná; Universidade Estadual de Ponta Grossa; Universidade Estadual do Oeste do Paraná, Universidade Estadual de Maringá, Universidade Estadual de Londrina, Universidade Estadual do Centro-Oeste e a Universidade Estadual do Paraná.

científica: endereçada ao público leigo, obedece ao padrão de produção jornalística com função informativa, educativa, social, cultural, econômica e política.

Assim, a interface entre comunicação e emergência climática demanda uma abordagem qualificada. Sensibilizar as pessoas para crise em curso é um processo desafiador, que precisa equilibrar a necessidade de abordar a questão em sua complexidade e transversalidade sem, ao mesmo tempo, deixar as pessoas perplexas, ansiosas e desmotivadas diante da gravidade do problema. Embora pareça sutil, a mudança de enfoque na comunicação para que seja propositiva e crítica exige habilidades técnicas específicas. O guia organizado por Shome e Marx (2016), compreende que indivíduos e grupos enfrentam desafios ambientais distintos, tomam decisões em suas vidas cotidianas e, por isso, as especificidades devem ser levadas em conta.

Outras pesquisas recentes têm se preocupado com tais particularidades. O estudo *Jornalismo e Engajamento Climático* realizado em 2022, a partir do olhar de ativistas brasileiros, buscou discutir as fronteiras do jornalismo e suas possíveis configurações para o engajamento na causa climática. Realizada a partir de grupos focais online, a análise de conteúdo evidenciou a possibilidade de o jornalismo adotar características de outros gêneros comunicativos para engajar as pessoas em relação às questões climáticas (Modefica, 2022).

Del Vecchio e Lira (2023), por sua vez, apresentam características de boas práticas vinculadas à produção de reportagens jornalísticas acerca das questões ambientais. Ao mesmo tempo, é preciso ressaltar os pressupostos da divulgação científica. Para isso, observamos as categorias que se entrelaçam e formamos uma análise única, conforme o Quadro 1.

Quadro 1 – Preceitos de qualidade para o jornalismo ambiental e requisitos da divulgação científica

Jornalismo ambiental, comunicação climática e divulgação científica
a) Interesse público; não priorização de interesses governamentais ou empresariais. Visa público não iniciado na ciência e a democratização do conhecimento.
b) Apontamento de soluções, rumos e perspectivas; exemplos de boas práticas.
c) Visões comprometidas com a racionalidade ambiental; distanciamento da lógica economicista e tecnicista.
d) Proximidade com seus públicos para que retenham a atenção. Informação científica transformada em experiência concreta.
e) Didática e tradução do discurso científico.
f) Recusa à perspectiva catrastofista. Abordagem que trate das incertezas da ciência climática sem estimular negacionismo.
g) Foco nos papéis sociais das instituições. Incentivo para a participação dos grupos envolvidos.
h) Conteúdos e formatos comunicativos variados ou híbridos para alcance de públicos diversos.
i) Cobrança por justiça climática.

Fonte: Os autores (2024) a partir de Del Vecchio; Lira (2023);Bueno (2010); Shome e Marx (2016); Modefica (2022)

Tais preceitos foram aplicados às reportagens produzidas pela AE. A análise de conteúdo consiste em uma metodologia com vasta aplicação, em especial para o monitoramento de mídia. Este instrumento analítico permite a construção de uma amostra de produções, codificada para detectar ênfases e agrupamentos em um conjunto de temas (Bauer, 2015). A unidade de amostragem selecionada foi o texto de cada reportagem publicada sobre o Napi-EC pela equipe da AE. No período de março de 2023 até setembro de 2024 foram produzidas dez reportagens seja para o portal da AE ou para parceiros como o *Jornal Plural*[12]. As reportagens selecionadas podem ser conferidas no quadro abaixo.

[12] O *Plural* é um jornal nativo digital, lançado em 2019, que se dedica à cobertura local de Curitiba. Disponível em: https://www.plural.jor.br/.

Quadro 2 – Conteúdos selecionados para a análise

Título do conteúdo a ser analisado	**Link correspondente**
"Nós estamos em uma época absolutamente crítica do ponto de vista das mudanças climáticas", alerta pesquisador	https://agenciaescola.ufpr.br/nos-estamos-em-uma-epoca-absolutamente-critica-do-ponto-de-vista-das-mudancas-climaticas-alerta-pesquisador/
UFPR coordena projeto para monitorar e analisar as mudanças climáticas no Paraná	https://agenciaescola.ufpr.br/ufpr-coordena-projeto-para-monitorar-e-analisar-as-mudancas-climaticas-no-parana/
Crédito de carbono: cientistas fazem previsões econômicas e ambientais para o Brasil	https://www.plural.jor.br/noticias/vizinhanca/credito-de-carbono-cientistas-previsoes-economicas-e-ambientais-para-o-brasil/
Pesquisadora revela relação entre poluição e mortes por Covid em Curitiba e Araucária	https://www.plural.jor.br/colunas/inspire-ciencia-ufpr/pesquisadora-revela-relacao-entre-poluicao-e-mortes-por-covid-em-curitiba-e-araucaria/
Projeto coordenado pela UFPR desenvolve soluções para contenção de mudanças climáticas	https://agenciaescola.ufpr.br/projeto-coordenado-pela-ufpr-e-esperanca-no-combate-as-mudancas-climaticas/
Em que medida o Paraná já sofre os efeitos das mudanças climáticas?	https://agenciaescola.ufpr.br/em-que-medida-o-parana-ja-sofre-os-efeitos-das-mudancas-climaticas/
Pesquisa aponta que alerta de desastres via SMS em Curitiba é ineficaz	https://agenciaescola.ufpr.br/pesquisa-aponta-que-alerta-de-desastres-via-sms-em-curitiba-e-ineficaz/
Poluição por gases tóxicos diminui no Porto de Paranaguá	https://agenciaescola.ufpr.br/poluicao-por-gases-toxicos-diminui-no-porto-de-paranagua/
Pesquisa da UFPR que analisa a influência do oceano na quantidade de chuva no Sul do Brasil é finalista do prêmio Capes	https://agenciaescola.ufpr.br/pesquisa-da-ufpr-que-analisa-a-influencia-do-oceano-na-quantidade-de-chuva-no-brasil-e-finalista-do-premio-capes/

Fonte: Os autores (2024), a partir dos portais da Agência Escola e do Jornal Plural

É importante demarcar que deste *corpus* apresentado, excluímos uma reportagem que tratava exclusivamente da divulgação da programação de um evento e, portanto, não atendia ao objetivo de análise para este estudo. Portanto, o critério de seleção das reportagens analisadas nesta pesquisa respeitam a técnica de amostragem não-obrigatória, empregada por Herscovitz (2010). A amostragem garante eficiência para a análise de conteúdo, a fim de verificar tendências e padrões a partir de um *corpus* de textos. A seguir, apresentamos os resultados da análise.

PRECEITOS DE QUALIDADE NAS REPORTAGENS ANALISADAS

Conforme já destacado, a emergência climática é um fenômeno multidimensional e dinâmico, relacionada à intersecção histórica de regimes políticos, econômicos e culturais que culminaram nos processos contemporâneos. Tais processos são também de marginalização (Nusdeo; De Paula e Silva, 2023). Assim, a pauta de enfrentamento às desigualdades a que estão submetidos grupos vulnerabilizados deve ser balizadora da discussão da crise. Levando isso em conta, a discussão sobre a questão climática não deve se limitar à análise de dados científicos como se a mesma realidade fosse vivenciada igualmente por todas as pessoas. Nosso estudo procurou levar em conta tais especificidades, conforme os preceitos de qualidade da cobertura, elencados no Quadro 1. Ao analisar cada uma das nove reportagens da amostra, percebe-se, de modo geral, preocupação com o acesso ao desenvolvimento científico presente em todos os conteúdos analisados.

O tema da emergência climática aparece em todas as reportagens analisadas. De acordo com pesquisa de opinião sobre percepção realizada pelo Ministério da Ciência e Tecnologia (C&T), 6 a cada 10 entrevistados (60,5%) acreditam que o evento apresenta "grave perigo para as pessoas no Brasil" (CGEE, 2023). A reportagem "*Nós estamos em uma época absolutamente crítica do ponto de vista das mudanças climáticas", alerta pesquisador* apresenta o tema. A fala de Paulo Artaxo aconteceu durante a 75ª Reunião Anual da SBPC, realizada na UFPR em julho de 2023. Dirigida ao público geral, a abordagem não entra em tecnicalidades sobre a ciência. No entanto, apesar de apontar soluções para mazelas da questão climática, a matéria, principalmente por conta do seu título, traz uma visão catastrófica sobre o tema, como pode ser visto na Figura 1.

Figura 1 - Reportagem com título de apelo emocional


NOTÍCIAS

"Nós estamos em uma época absolutamente crítica do ponto de vista das mudanças climáticas", alerta pesquisador

7 de agosto de 2023

Fonte: Reprodução (2024)

O material mais representativo, que compreende grande parte dos princípios norteadores de uma boa cobertura sobre tema é a reportagem *Pesquisa aponta que alerta de desastres via SMS em Curitiba é ineficaz.* Dentre os itens, esse conteúdo do *corpus* aborda a cobrança por justiça climática, ainda que de modo indireto. Além disso, traz gráficos que ajudam na compreensão da dinâmica das áreas de maior risco climático em Curitiba.

Figura 2 - Reportagem que atende aos princípios


NOTÍCIAS

Pesquisa aponta que alerta de desastres via SMS em Curitiba é ineficaz

4 de julho de 2024

Por Alana Morzelli

Supervisão: Maíra Gioia

Levantamento mostra que apenas quatro mil celulares estão cadastrados nas regiões onde ficam 57 mil domicílios em áreas com risco de deslizamento, inundação e alagamento

Fonte: Reprodução (2024)

Do mesmo modo, a reportagem *Pesquisadora revela relação entre poluição e mortes por Covid em Curitiba e Araucária* contempla todos os preceitos analisados, menos a variedades de formatos. Os temas Covid-19, poluição e saúde das pessoas atravessa a sociedade brasileira, a segunda a ultrapassar o número de 600 mil mortos pela doença no mundo[13]. A reportagem traz medidas possíveis de planejamento para gestores, traduz o conhecimento, explica a relevância do trabalho científico e também destaca a importância da população saber mais sobre temas que afetam a sua própria saúde e bem estar. Ao destacar a relação entre as concentrações de poluição, incidência e mortalidade por Covid-19, a reportagem evidencia a atenção para a poluição e as mudanças climáticas e, portanto, a necessária abordagem interdisciplinar e transversal sobre temas de saúde pública diante da crise climática.

Figura 3 - Pesquisa de abordagem interdisciplinar



Fonte: Reprodução (2024)

[13] G1. Como o Brasil se compara a outros países em mortes por Covid, casos confirmados e vacinas aplicadas. Disponível em: https://g1.globo.com/mundo/noticia/2021/10/08/como-o-brasil-se-compara-a-outros-paises-em-mortes-por-covid-casos-confirmados-e-vacinas-aplicadas.ghtml. Acesso em 12 de out. de 2024.

Grande parte dos conteúdos analisados é balizado por interesse público, tem distanciamento da lógica economicista ou tecnicista, e busca apontar soluções, como é o caso da reportagem *Projeto coordenado pela UFPR desenvolve soluções para contenção de mudanças climáticas*. Tais princípios também estão presentes na reportagem: *Em que medida o Paraná já sofre os efeitos das mudanças climáticas?.* No entanto, apesar deste conteúdo apresentar possibilidades de enfrentamento, não traz experiências concretas da população sobre a abordagem científica sugerida. Tal característica é também percebida na reportagem *Poluição por gases tóxicos diminui no Porto de Paranaguá*, que traz termos de uso científico sem explicação detalhada.

A reportagem *Pesquisa da UFPR que analisa a influência do oceano na quantidade de chuva no Sul do Brasil é finalista do prêmio Capes*, por sua vez, carece de informação científica transformada em experiência concreta, e também traz terminologias do discurso científico sem explicações didáticas. Dos princípios norteadores analisados, percebe-se que as reportagens poderiam evidenciar possibilidades de participação dos grupos envolvidos e explicitar a cobrança por justiça climática de modo mais direto.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante do desafio de informar sobre uma crise multifatorial em andamento que demanda esforço coletivo, principalmente em instâncias de tomada de decisão política, o jornalismo ambiental e a divulgação científica sobre emergência climática mostram-se extremamente necessários. Buscamos analisar a amostra selecionada à luz de princípios norteadores de qualidade.

Os resultados evidenciaram a profissionalização na cobertura do tema, que tem ganhado espaço também graças às agências de divulgação científica, como é o caso da AE da UFPR. Reportagens propositivas, que apontem soluções e traduzam o conhecimento científico são urgentes e estiveram presentes no *corpus* analisado.

Como já destacado, ainda que a crise atinja a todas as pessoas no globo, alguns grupos em situação de maior vulnerabilidade como crianças, adolescentes, mulheres negras e indígenas, têm sido as mais afetadas. A violação aos direitos humanos pelas mudanças climáticas apresenta desafios próprios, em especial sobre a exposição desigual dos diferentes grupos sociais aos impactos dessa crise, o que demanda uma abordagem sob a perspectiva da justiça climática (Nusdeo; De Paula e Silva, 2023). Portanto, carece maior destaque a

experiência concreta da população e a escuta a grupos implicados nas questões. A cobrança por justiça climática pode ser adensada a partir destes critérios de proximidade com o público. Além disso, formatos variados, que apresentem a informação em texto, áudio, vídeo e ilustrações, podem alcançar públicos mais abrangentes e também cativar e imergir o público na reportagem.

Por outro lado, o apontamento de soluções só não aparece em uma reportagem analisada neste artigo. O que, como vimos na análise, não necessariamente evita abordagens catastróficas. Conforme Thier e Lin (2022), o jornalismo de solução traz modificações sobre o apoio à causa climática e também auxilia com questões como a ansiedade climática e a desesperança.

Compreendemos que a crise climática acentua a obrigação de proteção dos direitos humanos, já que fragiliza ainda mais as condições de vida de grupos vulnerabilizados. O jornalismo ambiental e a divulgação científica sobre o tema precisam ser norteadores de ações sociais imediatas e concretas, por isso podem estar imbuídos dos critérios que apontamos neste trabalho. Este estudo não se encerra aqui e pode ser revisto, ampliado e aprofundado em pesquisas futuras. Esperamos que a divulgação de informações qualificadas possa colaborar no enfrentamento desta, que se configura como uma das mais complexas crises já enfrentadas pela humanidade, e que demanda um esforço integrado e coletivo para a manutenção da vida no planeta.

REFERÊNCIAS

ASSIZ, J.; OLIVEIRA, H. & BENCHIMOL, A. A potencialidade da divulgação científica no enfrentamento à desinformação ambiental. Em **Biblionline** (vol. 20 n. 2). João Pessoa, Paraíba, 2024.

BAUER, Martin W. Análise de Conteúdo Clássica: uma revisão. In: BAUER, Martin W; GASKELL, George. **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som**. Análise de Conteúdo Clássica: uma revisão. Petrópolis: Vozes, 2003. cap. 8, p. 189-218.

BUENO, W. C. A divulgação científica no universo digital: o protagonismo dos portais, blogs e mídias sociais. In: PORTO, C., OLIVEIRA, K. E., and ROSA F., eds. **Produção e difusão de ciência na cibercultura: narrativas em múltiplos olhares** [online]. Ilhéus: Editus, 2018, pp. 55-67. ISBN: 978-85-7455-524-9. https://doi.org/10.7476/9788574555249.0005.

CASAGRANDE, A.; SILVA JUNIOR, P; MENDONÇA, F. Mudanças climáticas e aquecimento global: controvérsias, incertezas e a divulgação científica. Em **Revista Brasileira de**

Climatologia (vol. 8). Universidade Federal do Paraná, Curitiba, Paraná, 2011. https://doi.org/10.5380/abclima.v8i0.25793

CGEE. **Percepção pública da C&T no Brasil** - 2023. Disponível em: https://www.cgee.org.br/documents/10195/4686075/CGEE_OCTI_Resumo_Executivo-Perc_Pub_CT_Br_2023.pdf. Acesso em 12 de out. 2024.

DEL VECCHIO-LIMA, Myrian Del; LIRA, Artur O. Reportagens investigativas e cobertura diária: requisitos para a busca de qualidade no jornalismo ambiental. **Comunicação & Inovação**, v. 24, p. 1-19, 2023.

Exame. **País que pode desaparecer com mudanças climáticas vai criar cópia no metaverso**. Disponível em: https://exame.com/future-of-money/pais-que-pode-desaparecer-com-mudancas-climaticas-vai-criar-copia-no-metaverso/. Acesso em 10 de out. 2024.

HERSCOVITZ, Heloiza Golbspan. Análise de conteúdo em jornalismo. In: LAGO, Cláudia; BENETTI, Marcia. **Metodologia de pesquisa em jornalismo**. Petrópolis: Vozes, 2010.

IAraucária. Napi Emergência Climática. Disponível em: https://www.iaraucaria.pr.gov.br/napi-emergencia-climatica/. Acesso em 10 de out. 2024.

Instituto Humanistas Unisinos. **Previsão sobre derretimento da "Geleira do Juízo Final" é alarmante, dizem cientistas**. Disponível em: https://www.ihu.unisinos.br/643933-previsao-sobre-derretimento-da-geleira-do-juizo-final-e-alarmante-dizem-cientistas. Acesso em 10 de out. 2024.

LOOSE, Eloisa Beling. **Jornalismos e crise climática**: um estudo desde o Sul Global sobre os vínculos do jornalismo com a colonialidade. 1. ed. Florianópolis, SC: Editora Insular, 2024.

LOUBACK, Andréia Coutinho; LIMA, Letícia Maria R. T. (Orgs). **Quem precisa de Justiça climática no Brasil?**. Brasília: Gênero e Clima do Observatório do Clima, 2022.

Metsul. **Chuva extrema e incomum forma lagos no Deserto do Saara**. Disponível em: https://metsul.com/chuva-extrema-e-incomum-forma-lagos-no-deserto-do-saara/. Acesso em 10 de out. 2024.

MODEFICA. **Jornalismo e Engajamento Climático**. São Paulo, 2022.

NUSDEO, Ana Maria de Oliveira; DE PAULA E SILVA, Maria Gabriela. A proteção dos Direitos Humanos e a agenda climática: convergência e desafios. um diálogo Austrália-Brasil, p. 9. **Dimensões humanas das mudanças climáticas um diálogo Austrália-Brasil. Diálogos Socioambientais**. Instituto de Energia e Ambiente (IEE/USP), Laboratório de Planejamento Territorial UFABC, março, volume 6, número 16, p. 9 tô -12, 2023.

O Globo. **Vento 'faz a curva' e leva fumaça dos incêndios a 80% do Brasil; entenda**. Disponível em:

https://oglobo.globo.com/brasil/meio-ambiente/noticia/2024/09/25/fumaca-dos-incendios-chega-a-80percent-do-brasil-devido-a-mudanca-no-padrao-do-vento.ghtml. Acesso em 10 de out. 2024.

OLIVEIRA; F. C. S.; RIBEIRO, R. R. A comunicação pública da ciência e sua influência na cultura científica da universidade pública: o caso da Agência Escola da UFPR. Em **46º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, PUCMinas, Belo Horizonte, 2023.

PESQUISA FAPESP. **"A divulgação científica precisa dialogar mais com as pessoas"**. Disponível em: https://revistapesquisa.fapesp.br/a-divulgacao-cientifica-precisa-dialogar-mais-com-as-pessoas/. Acesso em 10 de out. 2024.

PLANCLIMA. **Plano Municipal de Mitigação e Adaptação às Mudanças Climáticas de Curitiba. 2020**. Prefeitura de Curitiba. Disponível em: https://mid.curitiba.pr.gov.br/2020/00306556.pdf.

Poder 360. **São Paulo é a metrópole com o pior ar do mundo pelo 5º dia seguido**. Disponível em: .https://www.poder360.com.br/poder-sustentavel/sao-paulo-e-a-metropole-com-o-pior-ar-do-mundo-pelo-5o-dia-seguido. Acesso em 10 de out. 2024.

SETI. **Novos Arranjos de Pesquisa e Inovação estão transformando cenário de pesquisa no Paraná**. Disponível em: https://www.seti.pr.gov.br/Noticia/Novos-Arranjos-de-Pesquisa-e-Inovacao-estao-transformando-cenario-de-pesquisa-no-Parana. Acesso em 10 de out. 2024.

SHOME, Debika; MARX, Sabine. **A comunicação das mudanças climáticas** – Um guia para cientistas, jornalistas, educadores, políticos e demais interessados. Rio de Janeiro: Centro de Pesquisas sobre Decisões Ambientais – Universidade de Columbia, 2016.

THIER, Kathryn; LIN, Tong. How Solutions Journalism Shapes Support for Collective Climate Change Adaptation. **Environmental Communication**. [S. l.]: Informa UK Limited, 11 nov. 2022. DOI 10.1080/17524032.2022.2143842. Disponível em: http://dx.doi.org/10.1080/17524032.2022.2143842.

Os autores são responsáveis pela fidedignidade dos dados apresentados.

A FUNÇÃO DA MÍDIA PARA A INCLUSÃO SOCIAL DAS PESSOAS COM DEFICIÊNCIA: UM RECORTE SOBRE A TEORIA FUNCIONALISTA

Lorrayne Caroline dos Santos[1]
Magno Luiz da Silva Medeiros[2]

RESUMO

O artigo discorre sobre a função da mídia para a inclusão das pessoas com deficiência, a partir da teoria funcionalista. Sob esse viés, observa-se a função da comunicação e da mídia na manutenção do corpo social, nesse caso a inclusão nos produtos midiáticos. Logo, percebe-se que a mídia exerce uma função que auxilia na construção da representatividade e desmistificação dos preconceitos, acerca das pessoas com deficiência incentivando novas práticas comunicacionais mais inclusivas e eficientes.

Palavras-chave: Comunicação; mídia; inclusão social; pessoas com deficiência; teoria funcionalista.

THE ROLE OF MEDIA IN THE SOCIAL INCLUSION OF PEOPLE WITH DISABILITIES: A FOCUS ON FUNCTIONALIST THEORY

ABSTRACT

The article discusses the role of media in the inclusion of people with disabilities, based on functionalist theory. From this perspective, the function of communication and media in maintaining the social body—specifically inclusion within media products—is analyzed. It becomes clear that the media plays a role in helping to build representation and demystify prejudices about people with disabilities, encouraging more inclusive and effective communication practices.

Keywords: Communication; media; social inclusion; people with disabilities; functionalist theory.

INTRODUÇÃO

A comunicação se faz presente em todas as sociedades e é imprescindível a todos os indivíduos, por intermédio da comunicação, podemos informar, vender, persuadir, criar vínculos e narrativas, dialogar, abordar demandas sociais e, pelo viés desse artigo ela auxilia e conscientiza sobre a inclusão das pessoas com deficiência. Nesse sentido, o ato de criar canais de diálogo com a sociedade dão a comunicação um poder de mobilização, ação, ou seja, ela

[1] Doutoranda em Comunicação e Cidadania no Programa de Pós-graduação em Comunicação e Informação (PPGCOM) da Faculdade de Comunicação e Informação da Universidade Federal de Goiás (FIC/UFG) realizando uma pesquisa sobre os processos comunicacionais das associações para a inclusão das pessoas com deficiência na universidade de Toulon na França e bolsista pela CAPES, e-mail: lorra-c@hotmail.com.
[2] Docente do PPGCOM-UFG, na linha de pesquisa Mídia e Cidadania, da Universidade Federal de Goiás. E-mail: magno@ufg.br.

pode, em seu cerne, transmitir as demandas dos grupos minoritários em seus canais comunicacionais e tentar promover a inclusão. Sem a representação midiática, as pessoas com deficiência, seriam ainda mais invisibilizadas e estigmatizadas socialmente, pois, é por meio da mídia que algumas pessoas percebem como tratar as pessoas com deficiência e as classificações e os níveis da deficiência.

Atualmente, a mídia é um dos "instrumentos responsáveis pelas transformações das linguagens e dos esquemas perceptivos do campo intelectual humano, que interferem na formação de conceitos, crenças, valores e atitudes" (SOARES, 2009, p.22). Logo, ela pode ser responsável por estabelecer vínculos e ligações entre as práticas sociais, propagar ideologias e representar a vida cotidiana, ou seja, a sociedade é um de seus assuntos.

A teoria funcionalista, tem como princípio "ordenar a sociedade", encontrar nesse cenário estruturas e funções que fazem com que a sociedade possa continuar "funcionando" ordenadamente, por intermédio das suas trocas e relações sociais. Na perspectiva da teoria funcionalista todas as instituições exercem funções sociais, como se fizessem parte de um organismo social, que contribuem para a manutenção da sociedade e dos indivíduos. Partindo desse pressuposto, a mídia exerce um papel social fundamental para a inclusão das pessoas com deficiência na sociedade, pois, por intermédio, dos discursos midiáticos, campanhas, anúncios, tecnologias assistivas, legenda, intérprete de LIBRAS[3] e diversos outros recursos, ela consegue, nesse sentido, promover a inclusão.

A partir da perspectiva, que o discurso midiático contribui para a compreensão de sentido do mundo a veiculação desse discurso contribui para formação de imagens, ideias e opiniões e, compreendendo que a mídia é um instrumento legitimador de temáticas sociais, estudar a mídia pode colaborar para a compreensão das representações de grupos minoritários, como negros e pessoas com deficiência, nos meios de comunicação. Ou seja, "a informação veiculada estimula a imaginação e, por consequência, gera diversas representações sobre as deficiências" (SOARES, 2009, p. 22-23).

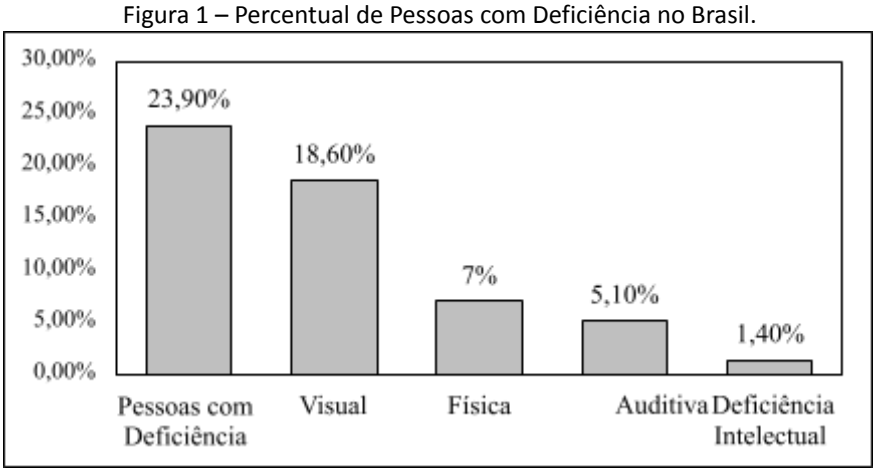
[3] A Língua Brasileira de Sinais é composta por um conjunto de formas gestuais utilizadas por deficientes auditivos para a comunicação entre eles e outras pessoas**,** sejam elas surdas ou ouvintes.

A inclusão da pessoa com deficiência na sociedade

No Brasil, o Decreto Nº 3.298 de 20 de dezembro de 1999, que regulamenta a Lei nº 7.853 de 24 de outubro de 1989, em seu art. 3°, inciso I, caracteriza e delimita a deficiência como "toda perda ou anormalidade de uma estrutura ou função psicológica, fisiológica ou anatômica que gere incapacidade para o desempenho de atividade, dentro do padrão considerado normal para o ser humano".

Segundo o IBGE (2010)[4], 45,6 milhões de pessoas no Brasil declararam ter algum tipo de deficiência, isto corresponde a cerca de 23,9% da população do país. Nesse cenário, a deficiência visual apresentou maior ocorrência, afetando 18,6% da população. Em segundo lugar está a deficiência física, com 7%, seguida da deficiência auditiva, com 5,10% e da deficiência intelectual, com 1,40%, conforme a figura abaixo.

Figura 1 – Percentual de Pessoas com Deficiência no Brasil.



Fonte: elaborada pela autora com dados do IBGE, Censo 2010.

No Brasil e no mundo, as pessoas com deficiência passaram por períodos de isolamento, exclusão e invisibilidade, mas essa visão não está totalmente ultrapassada, pois, nota-se a preocupação de alguns indivíduos, grupos sociais, entidades, governos, organizações e a sociedade civil para a criação de iniciativas em prol dos direitos das pessoas com deficiência, a fim de romper os paradigmas impostos pela segregação e o preconceito que permeiam o cotidiano dessas pessoas. Observa-se, nesse cenário que, "os preconceitos que orientam o comportamento humano, geram discriminações e tratamento desigual, dando

[4] Disponível em: <http://www.pessoacomdeficiencia.gov.br/app/sites/default/files/publicacoes/cartilha-censo-2010-pessoas-com-deficienciareduzido.pdf>. Acesso em 20 out. 2018.

origem às desigualdades sociais" (GUIMARÃES, 2012, p. 42). Desigualdades essas que, perpassam por gerações e períodos históricos e que, marcaram a história acerca das deficiências.

Na Antiguidade, aqueles que tinham alguma deficiência eram exterminados, sem que isso representasse um problema de natureza ética ou moral. Na Idade Média, isso mudou, pois com o advento do cristianismo as pessoas doentes, defeituosas ou mentalmente afetadas não podiam continuar a serem exterminadas, já que eram criaturas de Deus (BEZERRA E SILVA, 2013). Posteriormente, nos séculos XVI e XIX, a relação da sociedade com as pessoas com deficiência começou a mudar, ampliando a compreensão da deficiência como um processo natural do indivíduo, no entanto:

> Esses indivíduos continuaram isolados do restante da sociedade, segregados em asilos, conventos e albergues, sem tratamento especializado ou a proteção de programas sociais. Foi somente no século XX que passaram a ser vistos como cidadãos com direitos e deveres e de participação ativa na sociedade" (GOYOS; ARAÚJO, 2006).

Numa perspectiva histórica e social, Bezerra e Silva (2013) afirmam que a forma de pensar e interagir com a pessoa com deficiência foi se modificando. No século XX, alguns termos como "especial", "deficiente" e "portador de necessidades especiais" "portador de deficiência", foram usados para caracterizar a deficiência, mas essas terminologias são ultrapassadas. Atualmente, o termo correto é "pessoa com deficiência".

Segundo Garcia (2012), no Brasil, a ideia de igualdade de oportunidades para a pessoa com deficiência começa a se fazer presente impulsionada pelas ações de organismos internacionais, tendo como base ações afirmativas asseguradas por uma legislação promulgada a partir da redemocratização do país. Até então, as ações e as leis voltadas para esse segmento não envolviam a noção de igualdade, mas, ao contrário, tinham um caráter meramente assistencial e de difícil acesso aos cidadãos.

Em decorrência dessas diversas termologias utilizadas na sociedade de forma errônea e preconceituosa, em março de 2019, o Senado Federal, aprovou uma Proposta de Emenda à Constituição (PEC) 25/2017, que uniformiza as menções a pessoas com deficiência na Constituição. Segundo informações da Agência Senado, a proposta foi aprovada com 67 votos

e, segue em análise da Câmara dos Deputados. O novo texto, busca estabelecer, “uma única e adequada forma de referência com o uso de uma terminologia exclusiva”[5].

Sendo assim, percebe-se a importância que se tem atribuído ao tema da inclusão da pessoa com deficiência nas últimas décadas, reflexo das múltiplas políticas, leis e estatutos vigentes, no Brasil e no mundo. Logo, a inclusão social é uma necessidade urgente decorrente dos preceitos democráticos de justiça e dignidade. Cabe ainda ressaltar que, para vivermos de fato em uma sociedade inclusiva, “é preciso que as barreiras impostas às pessoas com deficiência sejam derrubadas com urgência, mas para isso é preciso haver uma atividade conjunta entre sociedade e Estado, a fim de que sejam desenvolvidas políticas públicas eficientes” (OPUSZKA; HARTMANN, 2013, p. 27).

Neste sentido, observando a realidade brasileira percebe-se que, a maioria das políticas públicas não são cumpridas ou fiscalizadas, o que dificulta o processo de inclusão da pessoa com deficiência na sociedade, contudo podemos observar iniciativas midiáticas, companhas publicitárias, e vários outros produtos midiáticos que

A função da mídia para a inclusão social das pessoas com deficiência

Segundo Maximiliano e Siqueira (2014), a teoria funcionalista busca definir os problemas que os meios de comunicação de massa podem causar para a sociedade, observando o seu funcionamento, e a contribuição que os meios de comunicação fornecem à sociedade. Ou seja, a teoria funcionalista tenta entender a função de cada meio comunicativo e sua lógica na problemática social, que no caso deste artigo, trata-se de observar a função da mídia, para incluir as pessoas com deficiência.

Na teoria funcionalista, «a sociedade deixa de ser meio para se procurar atingir os fins dos indivíduos; são os indivíduos, na medida em que exercem urna função, que se tornam meio para se procurar atingir os fins da sociedade e, em primeiro lugar, da sua sobrevivência autorregulada» (DE LEONARDIS, 1976, p.17). Dessa forma, a inclusão de pessoas com deficiência, por intermédio de produtos midiáticos pode ser uma ferramenta poderosa e de alcance significativo, pois ela poderia contribuir para moldar a consciência cultural,

[5] Disponível em: <https://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2019/03/19/senado-aprova-pec-que-uniformiza-citacao-a-pessoas-com-deficiencia>. Acesso em 10 out. 2019.

comportamentos e para romper pressupostos sobre a participação e pertencimento das pessoas com deficiência como membros plenos de suas comunidades.

De acordo com Wolf (2002), o sistema social na sua globalidade é entendido como um organismo cujas diferentes partes desempenham funções de integração e de manutenção do sistema. O seu equilíbrio e a sua estabilidade provêm das relações funcionais que os indivíduos e os subsistemas ativam no seu conjunto.

Dessa forma, compreender que as pessoas com deficiência são cidadãos, com direitos e deveres é o primeiro passo para se pensar em uma sociedade inclusiva. Portanto, a mídia, o Poder Público, as associações, a sociedade, empresas, as pessoas com deficiência, devem todos em parceria, exercerem suas funções sociais, para que o sistema inclusivo seja implementado de forma efetiva na sociedade.

No paradigma da teoria funcionalista, Charles Wright (1959), realizou um ensaio com objetivo de explanar em termos funcionais as ligações complexas que existem entre os *mass media* e a sociedade. O ensaio englobou outras questões, como, por exemplo, as funções relativas aos grupos, ao sistema, cultura etc. Em relação ao indivíduo, e no que diz respeito aos meios de comunicação de massa, ou seja, independente, de sua ordem institucional e organizativa, são indicadas três outras funções, que

> a) a atribuição de posição social e de prestígio às pessoas e aos grupos que são objeto de atenção por parte dos *mass media*; estabelecesse um esquema circular de prestígio pelo qual «esta função, que consiste em atribuir uma posição social, entra na atividade social organizada, legitimando certas pessoas, grupos e tendências sociais que recebem o apoio dos meios de comunicação de massa» b) o reforço do prestígio daqueles que se identificam com a necessidade, e o valor socialmente difundido, de serem cidadãos bem-informados. c)o reforço das normas sociais, isto é, urna função de carácter ético. «A informação dos meios de comunicação social reforça o controlo social nas grandes sociedades urbanas onde o anonimato das cidades enfraqueceu os mecanismos de descoberta e de controlo do comportamento desviante ligados ao contacto informal cara a cara».

Nesse cenário, a mídia pode ser vista como um legitimador do discurso midiático da inclusão das pessoas com deficiência, pois, pode atribuir uma posição social de prestígio e de legitimidade, as problemáticas e barreiras enfrentadas pelas pessoas com deficiência, sejam comunicacionais, arquitetônicas, nos transportes, entre outros. Logo, percebe-se que, a partir do momento que uma narrativa ganha notoriedade midiática ela possui mais notoriedade e, se torna também pauta de discussão na sociedade.

De acordo com, Cohn (1997), em toda sociedade, os valores são moldados e distribuídos de acordo com os padrões mais ou menos peculiares, as instituições, que normatizam temáticas que são consideradas importantes. Ou seja, a mídia como instituição tematiza, temas que são considerados relevantes e importantes socialmente, ela pode ser abordada como uma estrutura social, que exerce uma função definida na sociedade, no contexto do artigo, a inclusão social.

A mídia, pode então ser entendia como uma instância de produção simbólica. Pois, ela "filtra e molda realidades cotidianas, por meio de suas representações singulares e múltiplas, fornecendo critérios, referências para a condução da vida diária e para produção e manutenção do senso comum" (SILVESTONE, 2011, p. 20).

Sendo assim, percebe-se,

> [...] a importância do discurso midiático na constituição do imaginário social, destacando seu papel na geração de representações e na difusão de sentidos, que podem manter estereótipos ou ampliar concepções, abrir horizontes sobre questões que envolvem, entre outras, as diferenças, em todas as suas manifestações e, em especial, as deficiências (SOARES, 2009, p. 14).

Logo, a inclusão pode ser mediada pela comunicação, por meio da divulgação de informações e quebra de estereótipos associados a deficiência. Sendo assim, possibilitar a acessibilidade comunicacional e a representatividade é um dever das marcas, da sociedade e principalmente do Estado. Pois, pode levar a criar um diálogo com os cidadãos, promover empoderamento e gerar questionamentos sobre os problemas sociais. Percebe-se assim, que as pessoas que não têm voz, lutam por espaços de visiblidade e representatividade, pois uma vez que a mídia apresenta informações, imagens ou discute o tema, alguns preconceitos podem ser minimizados ou eliminados.

Portanto, a inclusão promove a cidadania das pessoas com deficiência, pois elas são cidadãos que merecem ocupar seus espaços na sociedade. A luta pelos direitos e conquistas é uma questão social e precisa ser abordada em todas as instâncias sociais. Pois, dessa forma, "além do reconhecimento como cidadãos que têm direitos e de sua crescente inserção no mercado de trabalho, as pessoas com deficiência vêm ganhando espaço também como consumidores" (GIL, 2002, p.14).

Devido ao reconhecimento como cidadãos e a inserção no mercado de trabalho, as pessoas com deficiência vêm ganhando espaço como consumidores de produtos e serviços

(GIL, 2002, p. 14). Contudo, é preciso reconhecer que, mesmo com a implementação de leis, estatutos e políticas públicas, "[...] a cidadania é negada a grande parte da população, que não possui seus direitos básicos atendidos" (FERNANDES; MONTRONE, 2009, p. 78).

De acordo com, Signates e Moraes (2019), conquista da cidadania é condição de igualdade social e, na abordagem funcionalista, também de estabilidade do sistema social. De acordo com a teoria funcionalista todos os órgãos devem funcionar de forma coesa para conquistar a cidadania plena e a inclusão social efetiva, contudo, ainda não é o que acontece atualmente, mas percebe-se um avanço significativo em termos de acessibilidade e, principalmente de representatividade midiática.

Mas vale destacar que, mesmo com os avanços, ainda não vivemos em uma sociedade inclusiva, pois alguns grupos ainda são marginalizados e, lutam constantemente para uma inclusão efetiva, onde os direitos sejam respeitados e todos sejam tratados como iguais. Nesse sentido, nota-se que existem algumas barreiras de acessibilidade comunicacional e inclusão da pessoa com deficiência e de acordo com a legislação brasileira, essas barreiras podem ser consideradas como "qualquer entrave, obstáculo, atitude ou comportamento que dificulte ou impossibilite a expressão ou o recebimento de mensagens e de informações por intermédio de sistemas de comunicação e de tecnologia da informação" (BRASIL, 2015).

Cabe ainda ressaltar que, para vivermos de fato em uma sociedade inclusiva, "é preciso que as barreiras impostas às pessoas com deficiência sejam derrubadas com urgência, mas para isso é preciso haver uma atividade conjunta entre sociedade e Estado, a fim de que sejam desenvolvidas políticas públicas eficientes" (OPUSZKA; HARTMANN, 2013, p. 27). Neste sentido, observando a realidade brasileira percebe-se que, a maioria das políticas públicas não são cumpridas ou fiscalizadas, o que dificulta o processo de inclusão da pessoa com deficiência na sociedade.

Além de possibilitar acessibilidade na mídia, telenovelas e redes sociais é fundamental compreender que grande parte da população brasileira, não possui acesso a televisores, aparelhos celulares ou a *internet*, o que mostra que além de se pensar em acessibilidade audiovisual e digital, precisamos pensar em como transmitir essas mesmas informações nos meios de comunicação tradicionais como jornais, livros, revistas, informes, entre outros, pois grande parte da população brasileira não tem acesso à programas televisivos, aplicativos, *sites*, ou redes sociais. A seguir, apresenta-se algumas, formas de

representatividade da pessoa com deficiência na mídia, mais especificadamente, em produtos midiáticos brasileiros.

A Representatividade das pessoas com deficiência na mídia

A mídia aborda a representatividade das pessoas com deficiência em diversos produtos midiáticos, que visam a inclusão social. Além de notar uma demanda crescente em comunicação acessível, principalmente nas redes sociais. Nesse sentido, as ações midiáticas que dão voz à essa minoria podem contribuir para a desmistificação de preconceitos e estereótipos e, posteriormente a inclusão social na sociedade.

Partindo desse cenário, no ano de 2016, o uso da mídia global em prol da inclusão das pessoas com deficiência foi tema do Fórum Social, organizado pelo Alto Comissariado das Nações Unidas para os Direitos Humanos (ACNUDH), no Palácio das Nações, em Genebra, na Suíça. No fórum foram apresentadas alternativas para inserção de pessoas com deficiência na mídia, uma vez que, a representatividade midiática pode contribuir para inclusão social[6].

Algumas iniciativas no Brasil, contribuem para a representatividade, inclusão e acessibilidade comunicacional das pessoas com deficiência, dentre elas, a inserção em: filmes, séries, novelas, histórias em quadrinhos, documentários, campanhas, anúncios e estratégias comunicacionais das marcas, criação de manuais de boas práticas por organizações e instituições, inserção de recursos de acessibilidade, entre outros. Além disto, há diversas outras ações que fortalecem o movimento de inclusão das pessoas com deficiência na sociedade. Nesse aspecto, as deficiências podem ser representadas de várias formas na mídia. O Instituto Mauricio de Sousa[7] e a fundação Dorina Nowill[8] estabeleceram uma parceria no ano de 2017, com o intuito de incluir e representar as pessoas cegas. O estabelecimento da parceria busca aumentar a presença da personagem Dorinha[9] nas histórias em quadrinhos e lançar produtos educativos acessíveis. Dorinha foi uma das primeiras personagens com deficiência a integrar a Turma da Mônica. Ela foi criada em 2004, inspirada na Dorina, para incentivar a inclusão das pessoas com deficiência visual.

[6] Disponível em: <https://www.deficienteeeficiente.com.br/projeto-quer-dar-mais-espaco-a-deficientes-em-midias-como-propagandas-novelas-e-cinema/>. Acesso em: 19 maio. 2022.
[7] Disponível em: <http://www.institutomauriciodesousa.org.br/>. Acesso em: 22 maio. 2022.
[8] Disponível em: <https://www.fundacaodorina.org.br/>. Acesso em: 23 maio. 2022.
[9] Disponível em: <http://turmadamonica.uol.com.br/personagem/dorinha/>. Acesso em: 23 maio. 2022.

Figura 2 – Personagem Dorinha, *Turma da Mônica* (2017).



Fonte: Observatório do Terceiro Setor[10]

#pracegover – Imagens da personagem Dorinha da Turma da Mônica. Na primeira imagem há uma menina de cabelo castanho curto, com tênis e blusa rosa, usando um brinco e uma saia azul. A personagem usa óculos escuros pretos e segura uma bengala com a mão direita e com a esquerda segura a guia de um cachorro amarelo. Na segunda imagem a personagem aparece com uma jardineira azul de tênis e blusa rosa com óculos pretos e segurando uma bengala na mão esquerda, na capa de uma revista em quadrinho, com informações sobre e a edição.

Na perspectiva, da mídia como um instrumento de inclusão, as universidades e organizações brasileiras estão criando Manuais de Boas Práticas, a fim de desmistificar preconceitos e informar aos veículos a forma correta de abordar e dialogar com as minorias. Um exemplo desta prática pode ser observado na Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN), que para dar voz às minorias e indivíduos marginalizados, criou o Manual DIV.A.S, Diversidade, Ação e Sensibilidade na Publicidade Brasileira.

Figura 3 – Manual da Diversidade na Publicidade.



Fonte: IBPAD[11]

#pracegover – Montagem de duas imagens, uma do lado da outra. A primeira imagem é a capa do Manual de Diversidade na Publicidade e contém ilustrações de vários grupos minoritários, por exemplo homossexuais, idosos, negros, indígenas, entre outros. A segunda imagem possui ilustrações que estão presentes no manual, dois homens se abraçando, duas mulheres segurando um bebê e uma pessoa transexual.

[10] Disponível em: <https://observatorio3setor.org.br/>. Acesso em: 2 abril. 2022.

[11] Disponível em: <https://www.ibpad.com.br/blog/comunicacao-digital/>. Acesso em: 10 abril. 2022.

O manual foi desenvolvido pelo grupo de pesquisa em Cibercultura e Sociabilidades Digitais, coordenado pela pesquisadora Fernanda Carrera e aborda as formas de se abordar a representatividade das pessoas gordos(as), LGBTQ+, negros(as), idosos(as), indígenas e pessoas com deficiência na publicidade. A iniciativa é destinada à profissionais de *marketing,* comunicação e publicidade, e foi produzido a partir de entrevistas, estudos e dados estatísticos sobre os temas.

No setor audiovisual brasileiro, alguns filmes e documentários abordam a inclusão da pessoa com deficiência, como a série documental "*Eu Sou Assim*" produzida pelo canal GNT e pela TV Zero, em 2018. A série contou com 13 episódios e abordou transtornos e síndromes que ainda são alvos de estigmas e preconceitos na sociedade[12]. No ano de 2019, foi criada a primeira série brasileira em Libras e português na TV *Cultura*, intitulada *Crisálida*[13], e conta histórias de jovens surdos que enfrentam desafios na sociedade[14].

Figura 4 – Série Documental *Eu Sou Assim* (2018) e *Crisálida* (2019).



Fonte: Adorocinema [15].

#pracegover – Duas imagens lado a lado. Na primeira imagem podemos observar duas pessoas em um brinquedo no parque de diversão. Uma jovem usa uma blusa bege, tem cabelo curto, aparenta ter alguma deficiência e está sorrindo. A mãe encontra-se ao lado segurando a jovem, usa uma blusa roxa, tem cabelos curtos e possui uma feição sorridente. Na segunda imagem é um *poster* da Série Crisálida, e possui o título da série, duas mulheres centralizadas, nota-se a presença de informações sobre a série, como os produtores, atores e agências de fomento.

[12] Disponível em: <http://www.tvzero.com/projeto/eu-sou-assim/>. Acesso em: 21 jun. 2022.
[13] Disponível em:<https://tvcultura.com.br/programas/crisalida/>. Acesso em: 22 jun. 2022.
[14] Disponível em:<https://emais.estadao.com.br/noticias/tv,primeira-serie-brasileira-em-libras-e-portugues-estreia-na-tv-cultura,70003019303>. Acesso em: 22 jun. 2022.
[15] Disponível em: <http://www.adorocinema.com/>. Acesso em: 30 set. 2022.

Ainda no setor audiovisual essa temática também é abordada no documentário *Dorina: um olhar para o mundo*, produzido em 2016 e distribuído pela HBO. A narrativa aborda as conquistas de Dorina Nowill, uma mulher que perdeu a visão aos dezessete anos e ao longo de toda sua vida lutou pelos direitos das pessoas com deficiência visual. O filme *Hoje eu Quero Voltar Sozinho*, aborda a história de um adolescente cego, Leonardo (Guilherme Lobo), que lida com uma mãe superprotetora e ao mesmo tempo busca sua independência. A obra conta com a direção de Daniel Ribeiro, estreou em 2014 e possui 1h 36min de duração.

Figura 5 – Posters dos Filmes *Dorina* (2016) e *Hoje eu Quero Voltar Sozinho* (2014).



Fonte: Adorocinema. Disponível em: <http://www.adorocinema.com/>. Acesso em: 10 jul. 2022.

#pracegover – Montagem de duas imagens, lado a lado. A primeira imagem apresenta como fundo a fotografia de uma mulher de perfil, percebe-se uma sobreposição em Braille na imagem e uma mão pequena no lado direito. Na imagem podemos ler: “Dorina: um olhar para o mundo”. Na segunda imagem podemos observar dois jovens sorrindo usando um uniforme escolar cinza. Na imagem podemos ler: “Hoje eu Quero Voltar Sozinho”.

Nota-se, por fim, que existem iniciativas e ações midiáticas no Brasil que midiatizam as pessoas com deficiência visual e auditiva e, algumas foram criadas exclusivamente para incluir a pessoa com deficiência na sociedade contemporânea. A representatividade midiática nesse sentido, pode contribuir diretamente para eliminar preconceitos associados à deficiência, por intermédio das informações divulgadas e da visibilidade dos meios de comunicação. Por fim, conclui-se que a mídia são instrumentos essenciais para a inclusão da pessoa com deficiência e para a desmistificação de estereótipos e estigmas sociais.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Conclui-se que, a partir do momento, que um discurso se torna midiático, ele é capaz de construir um sistema de representações e contribuir para construção da realidade social de grupos marginalizados, como as pessoas com deficiência. Ele possui uma função extremamente importante para a desmistificação dos preconceitos acerca das pessoas com deficiência, pois vivemos na era da visibilidade e da representação midiática para construção da identidade do indivíduo.

Logo, torna-se fundamental que a mídia, comece a pensar em novas maneiras e formatos positivos de representar as pessoas com deficiência na mídia, em especial na TV, com bons exemplos e em posições de destaque e liderança e criem canais para ouvir as pessoas com deficiência, a fim de garantir mais espaços de visibilidade midiática e que a partir desse cenário as pessoas com deficiência consigam de fato se sentirem representadas e incluídas de forma efetiva pela mídia.

Sendo assim, percebe-se que a mídia exerce uma função social que auxilia na construção da representatividade e para a desmistificação dos preconceitos construídos socialmente, acerca das pessoas com deficiência. Ou seja, ela pode ser considerada, como um meio de legitimação de temas/assuntos problematizados na sociedade. Dessa forma, torna- se importante compreender a função da mídia para a inclusão das pessoas com deficiência, a fim de conhecer o cenário midiático e posteriormente incentivar novas práticas comunicacionais mais inclusivas e eficientes.

Por fim, observa-se que a mídia, vem criando anúncios, ações e estratégias comunicacionais voltadas para possibilitar as pessoas com deficiências, acesso aos conteúdos comunicacionais, visibilidade e representatividade midiática, mediante a inserção desses sujeitos em seus produtos midiáticos. Portanto, percebe-se que, a comunicação contribui, para representar as pessoas com deficiência e tratar a temática da inclusão. Mas, devemos compreender que, a mídia pode reforçar, mobilizar, divulgar informações sobre a inclusão das pessoas com deficiência, midiatizar alternativas eficazes para diminuir as barreiras estruturais da sociedade, mas os cidadãos também precisam estar cientes da sua função nesse processo, para realmente produzir mudanças sociais definitivas.

O(s) autor(es) é(são) responsável(is) pela fidedignidade dos dados apresentados.

REFERÊNCIAS

BEZERRA, Sérgio Sampaio; SILVA, Alberth Sant'Ana Costa da**. A construção da cidadania da pessoa com deficiência**: uma análise da igualdade de oportunidade do trabalhador com deficiência. Apae Ciência. 2013.

COHN, Gabriel (org.). A estrutura e a função da comunicação na sociedade. **Comunicação e Indústria Cultural**. São Paulo: Cia Ed. Nacional, 1977. P. 105 a 117.

FERNANDES, S.; MONTRONE, A.V.G. **Da tolerância à solidariedade**: superação necessária ao exercício da cidadania, na construção de uma sociedade mais democrática. Educação em Revista, Marília, v.10, n.2, p.73-86, jul-dez. 2009.

GOYOS, C.; ARAÚJO, E. A. C. (Org.). **Inclusão social:** formação do deficiente mental para o trabalho. São Carlos: Rima, 2006.

GUIMARÃES, A. S. A. Desigualdade e diversidade: os sentidos contrários da ação. In: BOTELHO, André; SCHWARCZ, Lilia Moritz (orgs.). **Cidadania, um projeto em construção**: minorias, justiça e direitos. São Paulo: Claro Enigma, 2012.

GIL, Marta (org.). **O que as empresas podem fazer pela inclusão das pessoas com deficiência**. São Paulo: Instituto Ethos, 2002. Disponível em: <https://www.ethos.org.br/wp-content/uploads/2012/12/25.pdf>. Acesso em: 18 jun. 2022.

MAXIMILIANO, K. C.; SIQUEIRA A. W. N. **Funções e Disfunções da Comunicação**: Uma análise das Manifestações de 20 centavos sob olhar da Mídia NINJA Universidade Federal de Mato Grosso, Cuiabá, MT. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XVI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste – Águas Claras - DF – 2014.

OPUSZKA, P. R.; HARTMANN, M. G. L. **A inclusão da pessoa com deficiência no mercado de trabalho**: à luz dos princípios da igualdade e da dignidade da pessoa humana. JURIS, Revista da Faculdade de Direito, Rio Grande, v.18, p. 9-29, 2013. Disponível em: <https://periodicos.furg.br/juris/article/view/4420/3143>. Acesso em 24 jun. 2022.

SILVERSTONE, Roger. **Por que estudar a mídia?**. 3º edição. São Paulo: Loyola, 2011. SOARES,

Carminha. **A inclusão social e a mídia**: um único olhar. São Paulo: Cortez, 2009

WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação**: mass media: contexto e paradigmas; novas tendências; efeitos a longo prazo; o newsmaking. Lisboa: Editorial Presença, 2002.

PRÁTICAS DISCURSIVAS SOBRE O AUTISMO NO TELEJORNALISMO BRASILEIRO: UM RETRATO OU UMA RETRAÇÃO À LUZ DOS DIREITOS HUMANOS?

Thâmara Sampaio Vasconcelos Vilela [1]
Ângela Teixeira de Moraes [2]

RESUMO

A pesquisa realiza Análise Crítica de Discurso sobre o Autismo em quatro notícias do telejornalismo brasileiro nas redes Globo, SBT, Record, Band. O objetivo foi analisar a produção de sentidos a partir de práticas textuais, discursivas e sociais. Os resultados indicaram a presença dos discursos neuropsicológico, político, social e negacionista. O "não dito" refere-se ao conceito, níveis do autismo e às fases da vida. Busca-se enxergar o exercício dos direitos humanos e da cidadania no jornalismo.

Palavras-chave: ACD; Práticas Discursivas; Autismo; Telejornalismo Brasileiro; Direitos Humanos.

DISCURSIVE PRACTICES ON AUTISM IN BRAZILIAN TELEJOURNALISM: A PORTRAIT OR A RETRACT IN LIGHT OF HUMAN RIGHTS?

ABSTRACT

The research carries out a Critical Discourse Analysis on Autism in four news stories broadcast by Brazilian television network Globo, SBT, Record, Band. The objective was to analyze the production of meanings based on textual, discursive, and social practices. The results indicated the presence of neuropsychological, political, social and denialist discourses. The "unsaid" refers to the concept, levels of autism and stages of life. The aim is to see the application of human rights and citizenship in jornalism.

Keywords: ADC; Discoursive Practices; Autism; Brazilian Telejournalism; Human Rights.

1. INTRODUÇÃO

As notícias jornalísticas na TV aberta têm o seu espaço cativo na vida dos brasileiros. Por causa da sua acessibilidade, elas fazem parte da nossa cultura há várias décadas. Por isso, analisar textos do telejornalismo nos dão pistas de como estão relacionadas as práticas discursivas e as práticas sociais rumo à construção de sentidos. Em outras palavras, a partir de uma análise crítica, conseguimos aferir e inferir se os discursos são representativos da realidade vivenciada por pessoas diagnosticadas com Transtorno do Espectro Autista (TEA).

[1] Doutoranda em Comunicação, Faculdade de Informação e Comunicação da Universidade Federal de Goiás (PPGCOM-FIC-UFG), bolsista CAPES, mestra em Psicologia Social (UnB), prof.thamaravilela@gmail.com.
[2] Pós-doutora em Comunicação (UnB), docente de Comunicação da Faculdade de Informação e Comunicação da Universidade Federal de Goiás (FIC-UFG), atmoraes@ufg.br.

A comunicação entendida como um serviço público relaciona-se à cidadania e aos direitos humanos de forma complexa e às vezes contraditória. E a comunicação midiatizada é "uma forma específica de mostrar e interpretar a vida social, que afeta diferentes dimensões do cotidiano e da vida contemporânea" (Medeiros; Temer, 2022). O que é dito e apresentado pelas mídias em geral é tido como verdade para grande parte da população, especialmente se estas informações vêm de fontes com certo grau de confiabilidade como as jornalísticas.

"A defesa do direito humano à comunicação pressupõe o acesso à mídia expandido a todos os grupos sociais, a participação social na produção de conhecimento e informação" (Torquato, 2021, p. 7). Daí a importância do "lugar de fala" e da "autoridade da experiência" em pesquisas midiáticas e em processos de silenciamentos de minorias. Por outro lado, "colocarmo-nos na relação do dizível com o indizível, nos faz correr o risco mesmo de seus efeitos: o de não saber caminhar entre o dizer e o não-dizer" (Orlandi, 2007, p. 11).

Trata-se, portanto, não apenas de um direito individual, mas de um direito social. É uma demanda coletiva com intenção de expandir as liberdades individuais de expressão para uma liberdade plural e social de expressão de grupos minoritários. "É necessário não esquecer que um *ethos* representa o mundo do dever ser" (Bobbio, 2004, p. 96). O mundo ideal em que pessoas autistas são "vistas" e "vistas como iguais" ainda está longe de ser realidade.

Falar sobre o TEA/Autismo nos meios de comunicação "favorece o ambiente social para que a população se aproprie de informações sobre o transtorno e, com isso, mude a cultura de exclusão, substituindo a memória do medo e da segregação, que são históricos" (Tibyriçá; D'antino, 2018, p. 8), por uma outra memória, em que estejam presentes o respeito às diferenças e a valorização do ser humano independente de sua condição.

Há a necessidade de reconhecimento, sentimento de pertencimento e justiça social, que estão diretamente ligados à cidadania (Cortina, 2005). "A racionalidade de justiça e o sentimento de pertença a uma comunidade concreta têm de andar juntos, se desejamos assegurar cidadãos plenos e, ao mesmo tempo, uma democracia sustentável" (Cortina, 2005, p. 26). Tal adesão é essencial para responder aos desafios na vida cotidiana e na sociedade.

Nossa proposta é realizar uma Análise Crítica de Discurso (ACD), baseada em Fairclough (2016), aplicada a notícias sobre o TEA no telejornalismo brasileiro. O objetivo geral é analisar a produção de sentidos a partir de quatro notícias, representando as quatro

maiores emissoras brasileiras de TV aberta em audiência (Globo, SBT, Record, Band), todas veiculadas no dia 2 de abril, Dia Mundial de Conscientização do Autismo, no ano de 2024.

Os objetivos específicos são: a) compreender o texto de cada notícia, seus elementos verbais (linguísticos) e não verbais, com seus respectivos significados; b) relacionar as práticas discursivas às práticas sociais; c) indicar a presença-ausência de recursos estilísticos na produção das notícias (audiovisuais, contextuais e de rotina jornalística); d) comparar as notícias indicando similaridades, singularidades e silenciamentos (não-dito); e) refletir se as amostras discursivas são representativas da realidade, na relação discurso-mudança social.

2. DESENVOLVIMENTO

2.1 Conceito e contexto do Transtorno do Espectro Autista (TEA)

O Manual Diagnóstico e Estatístico de Transtornos Mentais, que está em sua 5ª edição, texto revisado, o DSM-5-TR, é a atual referência utilizada para diagnosticar condições como o TEA, identificado pelo código 6A02 e classificado como um "transtorno global do neurodesenvolvimento", marcado por: interação social prejudicada; dificuldade de comunicação; padrão restritivo e repetitivo de comportamento (DSM-5-TR, 2023).

Estatisticamente, "a Organização Mundial da Saúde (OMS) estima que cerca de 70 milhões de pessoas no mundo são afetadas pelo TEA, 2 milhões apenas no Brasil" (Lourenço, 2021). A partir da Lei 12.764/2012, que institui a Política Nacional da Pessoa com TEA, pessoas autistas são consideradas PcD no Brasil. Destaque para a responsabilização do poder público por divulgar informações, e o estímulo à capacitação de profissionais e pesquisas científicas.

Leis adicionais voltadas a este grupo social são a Lei 13.861/2019, que inclui o TEA nos censos demográficos brasileiros; e a Lei 13.977/2020, que institui a Carteira de Identificação da Pessoa com Transtorno do Espectro Autista (CIPTEA). Outras, mais abrangentes, são a Lei 13.146/2015, Lei Brasileira de Inclusão da Pessoa com Deficiência; e a Convenção Internacional dos Direitos das Pessoas com Deficiência, assinada pelo Decreto 6949/2009.

2.2 Discurso midiático e valores-notícia

"A representação do discurso é obviamente uma parte importante das notícias: representações do que as pessoas disseram e do que merece ser notícia" (Fairclough, 2016,

p. 146). Ela tem sido subestimada como elemento da linguagem e como prática social, por isso avaliar cuidadosamente os discursos promovidos pelo telejornalismo a respeito do autismo potencialmente leva-nos a compreender melhor como a condição é socialmente percebida.

> Para se entender um discurso, não basta dominar os significantes, os significados e as regras gramaticais próprias de uma língua. É preciso considerar a cultura e a sociedade em que a língua circula e os sujeitos históricos que dela se apropriam. Por meio de textos e imagens materializados, é possível saber sobre as identidades, as representações, os conflitos e as ideologias que permeiam a vida social (Moraes; Machado; Borges, 2021, p. 15).

Algumas teorias explicam os motivos que levam um acontecimento a virar notícia (Silva; Silva; Fernandes, 2014). O *newsmaking*, por exemplo, trabalha com a categoria valores-notícia e critérios de noticiabilidade, "que fornecem aptidão de merecer um tratamento jornalístico, isto é, de ser julgado como merecedor de ser transformado em matéria noticiável e, por isso, possuindo valor-notícia" (Traquina, 2005, p. 63).

Na visão de Traquina (2005), os valores substantivos, alusivos ao fato em si, incluem morte, notoriedade dos atores sociais, proximidade, relevância, novidade, tempo presente, notabilidade, inesperado, conflito ou controvérsia. Além desses, existem os valores contextuais que dizem respeito ao processo de produção da notícia. Destacam-se a disponibilidade, facilidade com que é possível fazer a cobertura do acontecimento; visualidade, se geram imagens, particularmente importante para a TV; concorrência, busca pelo "furo" ou exclusividade; e equilíbrio, quantidade de notícias sobre o mesmo assunto.

Por fim, há os valores de construção da notícia, ou seja, aquilo que se entende que deve ser observado na construção de um texto: a simplificação, quanto mais a notícia é desprovida de ambiguidade e de complexidade, mais possibilidades tem a notícia de ser notada; amplificação, destaques por meio de manchetes, títulos e posicionamento na página; relevância, quanto mais sentido a notícia dá ao acontecimento, mais ela poderá ser notada; personalização, valorização de pessoas envolvidas no acontecimento; e dramatização, reforço do lado emocional. Logo, o tema Autismo ou Transtorno do Espectro Autista (TEA) pode ser captado e narrado pelos jornalistas considerando vários valores.

3. MÉTODO

3.1 Definições Metodológicas

A pesquisa é de natureza qualitativa, do tipo exploratória, com abordagem descritiva e interpretativa. O método aplicado é o da Análise Crítica de Discurso (ACD), na perspectiva de Fairclough (2016). Para tanto, foram selecionadas quatro notícias veiculadas em TV aberta pelo telejornalismo brasileiro como *corpus*. Cada uma delas representando uma das quatro emissoras de maior audiência atualmente, em ordem decrescente, Rede Globo (36,9%), Rede SBT (14,9%), Rede Record (14,7%), Rede Band (4,1%). Juntas, elas representam 70,6% da audiência total em TV aberta no Brasil (Televisão, 2017).

Quanto aos procedimentos, os textos das notícias veiculadas foram transcritos integralmente da forma oral para escrita, seguindo as convenções de Marcuschi (Marcuschi, 1986) e do "Grupo de Pesquisa sobre Texto e Discurso para transcrição de textos orais" – PETEDI (Travaglia, 2017). Também foram desenvolvidos três quadros contendo elementos-critérios para cada uma das dimensões, que foram considerados nas análises posteriores às transcrições, das características linguísticas às não linguísticas.

> O dia 02 de abril foi consagrado pela Assembleia Geral da ONU em 2007 F(A/RES/62/139) como o "Dia Mundial de Conscientização do Autismo" (*World Autism Awareness Day* - WAAD). A consagração de um dia internacional é ativista e militante: visa a chamar a atenção para uma causa que merece esforço protetivo por parte do poder público e de toda a sociedade [...]. É importante reconhecer a neurodiversidade e os direitos das neurominorias (Ramos, 2024).

A seleção do *corpus* textual levou em consideração os seguintes critérios: a) o aspecto noticioso da data, indicado pela presença do termo "Dia Mundial (de Conscientização) do Autismo" na abertura da notícia; b) a contemporaneidade, ano 2024; c) o tempo médio de duração similar entre as notícias, limitados a 3 minutos; d) a disponibilização do material em plataformas de acesso público e gratuito; e) a veiculação original em TV aberta, mesmo que reproduzidas concomitante ou posteriormente em plataformas *online*; e) o fato de terem sido veiculadas pelas quatro maiores emissoras de TV brasileiras em termos de audiência.

O método de Fairclough (2016) está fundamentado na análise tridimensional do discurso: 1) análise textual – vocabulário, gramática, coesão, controle interacional, polidez, *ethos*; 2) análise da prática discursiva – texto (força, produção, distribuição, consumo) e condições da prática discursiva; 3) análise da prática social – matriz social do discurso, ordens do discurso, efeitos ideológicos e políticos do discurso, mudanças discursivas. Esta é a estrutura para a análise dos dados, com aplicação das técnicas descrição e interpretação.

A escolha foi motivada pela necessidade de verificar aspectos formais linguísticos, bem como aspectos sociais e culturais mais amplos, tendo como pilar central a relação entre discurso e mudança social. “A tentativa de reunir a análise linguística e a teoria social está centrada numa combinação do sentido mais socioteórico de ‘discurso’ com o sentido de ‘texto e interação’ na análise de discurso orientada linguisticamente” (Fairclough, 2016, p. 22).

Pesquisas futuras poderão ampliar o *corpus* textual e investigar questões específicas como percepção dos receptores a respeito da representatividade das mensagens veiculadas; nível de conscientização sobre efeitos ideológicos ou econômicos do texto; relações de poder existentes entre produtores e receptores; estratégias comunicacionais; dentre outras.

3.2 Dispositivos-guia para a Análise Crítica de Discurso (ACD)

Sobre a Análise de Discurso (AD), é importante considerar que,

> quanto mais se compreende o mundo em que os discursos circulam do ponto de vista das relações sociais, maior o poder explicativo da análise [...]. O potencial e as limitações da AD dependem enormemente dos olhos do analista e das ligações que consegue estabelecer entre discurso e sociedade. Não há um procedimento que garanta análises idênticas (Moraes; Machado; Borges, 2021, p. 56).

Nesse sentido, é importante ressaltar que uma das autoras deste artigo possui um filho autista, com idade atual de 6 anos, diagnosticado com TEA nível III de suporte ou grau severo, não-verbal e com deficiência intelectual associada, razão pela qual seus saberes advindos da experiência e de outras leituras especializadas faz com que a análise seja favorecida. Assim, especialmente no que tange aos silenciamentos discursivos, será possível aprofundar na temática e avaliar os recortes jornalísticos.

Apesar de não haver categorias fixas para o desenvolvimento de AD, o que implica certa liberdade para quem pesquisa, mas também responsabilidade quanto ao estabelecimento de padrões para garantir o rigor científico, nesta pesquisa elaboramos três quadros contendo os elementos-critérios de análise utilizados, com seus respectivos tópicos e objetivos, baseados em Fairclough (2016). Eles são guias e não critérios fixos de análise.

Quadro 1 - Análise Textual do Modelo Tridimensional de Fairclough (2016)

Item	Elemento de Análise	Tópicos	Objetivos
1	Vocabulário	1.1 Significado das Palavras 1.2 Criação das Palavras 1.3 Metáfora	Compreender lexicalizações, significados e sentidos das palavras individuais e combinadas no texto.
2	Gramática	2.1 Modalidade 2.2 Transitividade 2.3 Tema	Verificar temáticas e vozes, e as funções textuais, interpessoais e ideacionais da linguagem.
3	Coesão	3.1 Conectivos 3.2 Argumentação	Observar a forma como orações e períodos estão interligados no texto.
4	Controle Interacional	4.1 Tomada de Turnos 4.2 Estrutura de Trocas 4.3 Controle de Tópicos 4.4 Controle de Agendas 4.5 Formulações	Descrever as características, operacionalizações e controle das interações entre os sujeitos, produtores ou receptores, e relações de poder existentes.
5	Polidez	5.1 Face Positiva 5.2 Face Negativa	Identificar os desejos humanos de face e o que representam para as relações interpessoais e sociais.
6	*Ethos*	6.1 Linguagem verbal 6.2 Linguagem não verbal 6.2 Identidades Sociais (eu)	Pontuar características como gestos, expressões corporais, modos de falar, elementos para a construção do 'eu' e de identidades sociais.

Fonte: Elaborado pelas autoras, baseado em Fairclough (2016)

Quadro 2 - Prática Discursiva do Modelo Tridimensional de Fairclough (2016)

Item	Elemento de Análise	Tópicos	Objetivo
1	Texto	1.1 Força 1.2 Produção 1.3 Distribuição 1.4 Consumo	Apresentar a força dos enunciados, o componente acional dos atos de fala, intertextualidade e interdiscursividade, cadeias discursivas, coerência nos textos.
2	Condições da Prática Discursiva	2.1 Aspectos Institucionais 2.2 Aspectos Sociais	Especificar as práticas sociais de produção e consumo do texto, e o tipo de discurso representado.

Fonte: Elaborado pelas autoras, baseado em Fairclough (2016)

Quadro 3 - Prática Social do Modelo Tridimensional de Fairclough (2016)

Item	Elemento de Análise	Tópicos	Objetivo
1	Matriz Social do Discurso	1.1 Relações Sociais 1.2 Estruturas Sociais	Mostrar relações e estruturas sociais hegemônicas.
2	Ordens do Discurso	2.1 Articulação de Formações Discursivas	Esclarecer as relações das práticas social e discursiva com as ordens do discurso, e suas consequências.
3	Efeitos Ideológicos e Políticos do Discurso	3.1 Sistemas de Conhecimento e Crença 3.2 Relações Sociais 3.3 Identidades Sociais (eu)	Inferir as relações ideológicas e políticas, e seus efeitos para a reprodução ou transformação dos discursos.
4	Mudança Discursiva	4.1 Ideologia e Hegemonia 4.2 Mudanças Sociais e Culturais	Relacionar mudança discursiva a mudanças sociais e culturais.

Fonte: Elaborado pelas autoras, baseado em Fairclough (2016)

3.3 Análise de Dados

3.3.1 Análises Preliminares Descritivas

Uma pesquisa descritiva-interpretativa inicia suas análises por meio da apresentação descritiva dos dados. A intenção é oferecer uma visão global do assunto tratado. Para tanto, desenvolvemos dois quadros-síntese: o primeiro contendo a identificação descritiva das quatro notícias analisadas (quadro 4), cada uma representando uma emissora de TV específica (N1-Globo, N2-SBT, N3-Record, N4-Band); o segundo contendo uma comparação descritiva dos recursos estilísticos presentes ou ausentes na produção jornalística, categorizados em recursos audiovisuais, contextuais, ou da rotina jornalística (quadro 5). Seguem abaixo.

Quadro 4 – Identificação Descritiva das Amostras Descritivas

Emissora de TV	N1-GLOBO	N2-SBT	N3-RECORD	N4-BAND
Data Veiculação	02/04/2024	02/04/2024	02/04/2024	02/04/2024
Duração	2’44”	2’10”	2’09”	2’31”
Telejornal	“Bom dia Cidade”	“Primeiro Impacto”	“Jornal da Record”	“Bora Brasil”
Abrangência	Local	Nacional	Nacional	Nacional
Cidade de Transmissão	Bauru, SP	São Paulo, SP	NI	Teresina-PI
Título	“Dia Mundial de Conscientização do Autismo: diagnóstico	“Memorial da América Latina recebe evento de	“Dia Mundial do Autismo tenta ampliar o conhecimento e inclusão social”	“Dia Mundial de Conscientização do Autismo e combate ao preconceito”

	precoce é essencial”	conscientização sobre TEA”		
Apresentadores	Katia Gradela Yonny Furukawa	Darlisson Dutra Felipe Malta	Christina Lemos Celso Freitas	Joel Datena Laura Ferreira
Repórter campo	Mayky Araújo	Bruna Macedo	Guilherme Mendes	Vinicius Vainner
Entrevistas (E1:E2)	E1: Luan Jesus, psicopedagogo e terapeuta ocupacional	E1: Marcos da Costa, Secretário Estadual dos Direitos da Pessoa com Deficiência	E1: Kethlen Félix, dona de casa e mãe de criança autista E2: Patrícia Bullara Rotundo, assistente social da ABADS	E1: Erasmo Casella, neurologista da infância e adolescência E2: Franzé Silva, deputado estadual, presidente ALEPI e pai de criança autista
Link de acesso	globoplay.globo.com/v/12484510/	youtube.com/watch?v=6JeN7qy36QM	youtube.com/watch?v=qqfcTQo4cUs	youtube.com/watch?v=u4bkQaq6RWA&t=6s

Fonte: Elaborado pelas autoras (2024).

Legendas: ABADS - Associação Brasileira de Assistência e Desenvolvimento Social; ALEPI: Assembleia Legislativa do Piauí; NI: Não Identificada; E1:E2: Entrevistas; N1:N4: Notícias.

Sobre o **Quadro 4**, percebe-se que todas as quatro notícias (N1:N4) foram veiculadas na mesma data (02/04/2024), tiveram participação de dois apresentadores, um repórter de campo, inclusão de entrevista(s), além de duração máxima de 3’. Com exceção da N1-Globo, que teve abrangência local e foi disponibilizada na plataforma própria *Globoplay*, as demais tiveram abrangência nacional e foram disponibilizadas na plataforma *Youtube*.

Quadro 5 – Presença-Ausência de Recursos Estilísticos na Produção Jornalística

Recursos Audiovisuais				
EMISSORAS DE TV	**N1-GLOBO**	**N2-SBT**	**N3-RECORD**	**N4-BAND**
BG Contínuo	-	↑	-	-
Trilha Sonora Pontual	-	-	-	↑
Locução *Off*	-	-	↑	↑
Vinheta Própria	-	-	-	↑
Gráfico/Infográfico	-	-	↑	-
Legenda na Tela	↑	↑	↑	↑
Cenas Externas	↑	↑	↑	↑
Cenas Estúdio	↑	↑	↑	↑
Recursos Contextuais				
Conceito Autismo	-	-	-	-
Níveis do Autismo (I, II, III)	-	-	-	-
Características do Autismo	↑	-	-	-
Situação Real	-	-	↑	↑
Simulação Situação Real	-	-	-	-

Fala Autistas	-	-	-	-
Fala Mães/Pais de autistas	-	-	↑	↑
Fala Terceiros	↑	↑	↑	↑
Dados Externos/Estatísticas	↑	↑	↑	↑
Recursos da Rotina Telejornalística				
Modalidade Ao Vivo	↑	↑	↑	↑
Lide com termo “DMA”	↑	↑	↑	↑
Sublide Contextual	↑	↑	-	↑
Âncora abre notícia	↑	↑	↑	↑
Âncora fecha notícia	-	-	↑	-
Apresentadores em bancada	-	-	↑	-
Apresentadores em pé	↑	↑	-	↑
Repórter Campo	↑	↑	↑	↑

Fonte: Elaborado pelas autoras (2024).

Legendas: DMA – Dia Mundial (de Conscientização) do Autismo; [↑] presença; [-], ausência.

Sobre o **Quadro 5**, cada uma das três categorias traz importantes evidências de aspectos formais e informais na produção das notícias pelas emissoras, o que, por sua vez, estão relacionados a diferentes produções de sentidos nas audiências.

Os recursos audiovisuais nitidamente foram mais explorados por N3-Record e N4-Band, tanto em áudio quanto imagem. Isso evidencia uma linguagem mais ajustada às técnicas aplicadas pela publicidade e cinema, com abordagem estrategicamente pensada em gerar proximidade com o público, por meio de apelo emocional. A N4-Band produziu vinheta própria em sua abertura, o que chama atenção dos telespectadores e faz alusão ao tom adotado pela emissora. É um recurso legitimador da sua “assinatura sensacionalista” junto à audiência. O padrão adotado por N1 à N4 foram os usos de legendas, cenas em estúdio e cenas externas. As singularidades foram percebidas pelo uso de trilha pontual e vinheta por N4-Band, BG contínuo por N2-SBT, e Infográfico na tela por N3-Record.

Os recursos contextuais também foram mais utilizados por N3-Record e N4-Band, com destaque para apresentação de situações reais envolvendo autismo/pessoas autistas, bem como a presença de fala de pai/mãe de autista para validar o discurso apresentado. Ou seja, ambas as emissoras reforçam a estratégia de proximidade com o público, bem como de proximidade com a realidade do tema apresentado, o que pode despertar vínculos emocionais com a audiência, especialmente se houver “conexão concreta” entre o que estão vendo e suas situações reais do dia a dia. Porém, pode também existir uma “desconexão”,

caso não concordem com a forma como a situação é apresentada (polaridade positiva-negativa).

O padrão adotado por N1 à N4 foi a "presença intertextual", com a apresentação de dados externos (estatísticas) e fontes externas (entrevistas). A singularidade foi identificada apenas por N1-Globo, única que apresentou características do autismo, porém, proferidas pelo entrevistado e não pelos jornalistas e de forma muito superficial. Também foi a única a não noticiar o "Dia Mundial de Conscientização do Autismo" em abrangência nacional, além de ter realizado reportagem mais especializada sobre tema somente há 11 anos com a série "Autismo: universo particular", veiculado pelo Fantástico, em 2013. São evidências de que o tema possa não ser de interesse ou de pouco interesse pela emissora.

Destaque crucial para o "não dito", já que nenhuma das emissoras abordou o conceito ou os diferentes níveis do autismo, o que quebra com o *lead* jornalístico tradicional pela ausência do básico "o que é?" (conceito). Também não apresentou nenhuma pessoa autista em autorrepresentação (fala sobre si ou ao grupo a que pertence), quebrando também, ao menos parcialmente, com o "para quem?" (público-alvo). Outro ponto diz respeito às menções somente às crianças, omitindo a informação de que "autistas são autistas em qualquer período da vida", ou seja, há adolescentes, adultos e idosos autistas.

Os recursos de rotina jornalística foram utilizados de forma homogênea entre todas as emissoras (seis das oito subcategorias), apesar das variações entre as subcategorias. O padrão adotado por N1 à N4 foram os usos da modalidade "ao vivo", a presença do termo "Dia Mundial (de Conscientização) do Autismo" na lide, jornalista-âncora abrindo a notícia, e a presença de repórter de campo. A singularidade foi identificada apenas em N3-Record, com a posição dos repórteres em bancada e o fechamento da notícia pela jornalista-âncora, que também fez a abertura, recurso conhecido como elipse. Fica clara a modalidade tradicional no estilo de apresentação do telejornalismo. Coerentemente ao estilo, ambos os jornalistas-âncora vestem-se, falam e gesticulam de maneira mais formal (linguagem verbal e não verbal), além de terem idade mais avançada em relação aos jornalistas das outras emissoras.

3.3.2 Análises Interpretativas

3.3.2.1 Critérios de Noticiabilidade

"O que é notícia? [...] a resposta aparece como instintiva e permanece como uma lógica não explicitada [...] não há regras que indiquem que critérios têm prioridade sobre os outros, mas os critérios de noticiabilidade existem" (Traquina, 2005, p. 96). Neste sentido, Traquina (2005) adota uma classificação em valores-notícia de seleção e de construção [da notícia]. Nesta pesquisa, exploramos os mais relevantes que puderam ser identificados.

Quanto aos critérios substantivos de seleção: proximidade, tempo, notabilidade e controvérsia. Em termos geográficos e culturais, o tema autismo têm relevância internacional, o que fica claro na chamada "Dia Mundial de Conscientização do Autismo". A data específica, 2 de abril, configura seu aspecto noticioso. A notabilidade vem com o relato de casos reais por pais de crianças autistas sobre situações envolvendo negligência, preconceito e discriminação.

A controvérsia ocorre na fala sobre a possibilidade de uma "vida normal" generalizada a qualquer autista, o que não condiz com a realidade, dadas as comorbidades e severidade presentes nos níveis II e III de suporte, que os impedem de ter uma vida funcional. Esse é um caso de desinformação (*fake news*), violência simbólica e violação aos direitos humanos. Configurado como "desvio" às normas, em que os *media* noticiosos deveriam desempenhar o papel de "expor, condenar ou excluir da agenda pública" (Traquina, 2005, p. 87).

Quanto aos critérios contextuais de seleção: disponibilidade, equilíbrio e visualidade. Existe muito material a respeito do TEA e de fácil acesso, ainda que seja uma condição de causas determinantes desconhecidas, de natureza multifatorial e permeado por ambiguidades não totalmente captadas ao público leigo. Elementos visuais como imagens de crianças, vídeo da situação real de discriminação ocorrida em uma brinquedoteca, infográfico com dados externos, símbolos do autismo em diversos suportes (quebra-cabeça colorido em desenho, no colar de identificação, na parede da clínica), foram utilizados. "Para o jornalismo televisivo [...] visualidade é fator de noticiabilidade fundamental" (Traquina, 2005, p. 89).

Quanto aos critérios de construção: simplificação, relevância e dramatização. Simplificação como "escape" à ambiguidade inerente ao tema, daí a percepção do assunto ter sido abordado de forma muito superficial e incompleta. Houve certo esforço por parte

dos jornalistas em geral em apresentar o autismo como um tema importante, que merece atenção, respeito, conhecimento. A dramatização foi percebida mais pelas emissoras N3-Record e N4-Band, com o uso mais intensivo de recursos visuais e apelo emocional.

3.3.2.2 Análise Tridimensional do Discurso (Fairclough, 2016)

A. Notícia 1 – Rede Globo (N1-GLOBO)

A.1 Análise Textual

O vocabulário é formal e o tom informativo. Se pensarmos em uma rede semântica de palavras interligadas à palavra "autismo", as citadas nesta notícia foram, em ordem de aparição: diagnóstico, acompanhamento, desenvolvimento, convívio, comunicação, linguagem, contato visual, sorriso social, repertório, demanda, defasagem, qualidade de vida, ajuda, especialistas. A partir destas palavras (substantivos), fica nítida a presença de um "Discurso Neuropsicológico", que envolve pistas comportamentais para o diagnóstico, o diagnóstico em si e tratamentos multidisciplinares pós-diagnóstico.

O texto é do tipo argumentativo. As tomadas de turno são sequenciais e sem sobreposição de falas, interrupções ou silêncios. As estruturas de troca mais frequentes foram as de pares-adjacentes, mais do tipo pergunta-resposta. A agenda foi estabelecida pela jornalista âncora Kátia Gradela e a sequência de tópicos pela jornalista Yonny Furukawa, junto ao colega repórter de campo, Mayky Araújo. A argumentação ganhou força com a entrevista de Luan Jesus, psicopedagogo e terapeuta. Yonny Furukawa fez o fechamento.

A.2 Prática Discursiva

A intertextualidade foi pouco explorada nesta notícia, não se recorreu a textos anteriores nem antecipou-se a textos posteriores. No entanto, quando citaram "o Brasil tem cerce de dois milhões de pessoas com o espectro autista", este é um dado que veio de alguma fonte, mas que foi omitida no momento da fala. O tempo verbal foi o presente do indicativo, ligado à modalidade categórica, que por sua vez, frequentemente está relacionado a alguma forma de poder, que aqui pode ser a de médico/terapeuta-paciente.

A.3 Prática Social

Os efeitos da prática discursiva para a prática social, neste caso, estão relacionados à grande ênfase que já é dada aos processos de neurodesenvolvimento de pessoas autistas, o

que pode camuflar outras necessidades tão importantes quanto estas. É perceptível o foco das notícias recaírem sobre crianças autistas, omitindo as outras fases da vida.

Outro ponto diz respeito ao desenvolvimento de políticas públicas que assegurem uma vida digna em seu sentido mais amplo, com especial atenção dada aos níveis II e III de suporte, por suas características e limitações. E, por isso mesmo, estas políticas serem estendidas a quem cuida destes autistas. É alarmante a quantidade de suicídios que tem ocorrido entre mães de autistas e autistas de níveis mais severos devido à exaustão, depressão e falta de apoio (físico, emocional, financeiro, moral). Cuidar de quem cuida é demanda urgente.

B. Notícia 2 – SBT News (N2-SBT)

B.1 Análise Textual

O texto é descritivo, já que apresenta um tópico inicial, um evento voltado para a promoção de informações do TEA, seguido de uma sequência de tópicos relacionados.

Quanto à polidez, fica explícito o desejo de face positiva, no sentido de haver compreensão sobre o autismo, bem como das pessoas autistas serem respeitadas, tenham ambiente adequado nas escolas, sejam auxiliadas por terapias efetivas, aqui no caso citada a Equoterapia, incluindo medidas de proteção e segurança, expressas pelo trabalho em cooperação com a secretaria de segurança pública [de São Paulo].

A agenda foi estabelecida pelo jornalista âncora Felipe Malta, que passou a palavra para a jornalista de campo Bruna Macedo, que conduziu todo o controle de tópicos até o fechamento da matéria, incluindo entrevista com Marcos da Costa, Secretário Estadual [de São Paulo] dos Direitos da Pessoa com Deficiência. Tal participação confere autoridade e estabelece o "espaço público" de debate e ações, mediadas entre a comunidade autista, demandante de direitos; e o governo, planejador e executor de políticas públicas.

Nota-se o "**Discurso Político**" dentro da perspectiva de "prestação de contas governamental" ao serem apresentadas as ações e produtos de ações de governo (transparência e publicidade), advindos de políticas públicas anteriormente formuladas.

B.2 Prática Discursiva

A intertextualidade é estabelecida com a referência à ONU. A força dos enunciados está na ação (social e política). Segue um exemplo: "a cartilha [...] prepara as nossas escolas

[...], nós teremos o lançamento também do selo do adesivo veicular [...] e do grupo de trabalho junto com a secretaria de segurança pública pra ampliar o serviço de equoterapia".

Em termos de distribuição do texto, antecipa audiências que tenham interesse nas ações ali publicizadas pela imprensa como aquelas ligadas às comunidades autistas, seus familiares e cuidadores, agentes de políticas públicas, organizações e/ou profissionais da área.

B.3 Prática Social

A prática social tem uma dimensão política e civil. Há interesse público envolvido na temática do autismo. A matriz social do discurso, portanto, é normativa. Já que depende deste espaço público de debate, de formulação de leis, de planejamento e de execução de ações. À medida em que as ordens de discurso são transformadas rumo à efetivação de direitos humanos e de cidadania, os efeitos ocorrem positivamente em cadeia e de forma ampliada nos diferentes âmbitos, político, econômico, social, cultural. Notícias como esta podem transformar as relações de poder e hegemonia na luta por uma vida mais digna.

C. Notícia 3 – Jornal da Record (N3-RECORD)

C.1 Análise Textual

As sequências de enunciados e trocas de turnos são dinâmicas, permeadas e validadas ou explicadas por informações extradiscursivas. Faz uso de gravação em *Off*, que serve para atenuar questões sensíveis ao público, já que não é possível fazer uma referência explícita da voz à pessoa, nem mesmo inferir opiniões aos apresentadores ou entrevistados. É um recurso que minimiza possíveis efeitos negativos "sem deixar de dizer o que precisa ser dito".

A agenda é estabelecida no início pela jornalista Christina Lemos, que só ressurge ao final da matéria para o fechamento. Ela divide a bancada na cena inicial com o jornalista também âncora Celso Freitas. Toda a sequência de enunciados e as trocas de turnos ocorrem entre o locutor *Off*, o jornalista de campo Guilherme Mendes e as duas entrevistadas: Patrícia Bullara Rotundo, assistente social da Associação Brasileira de Assistência e Desenvolvimento Social (ABADS); e Kethlen Félix, dona de casa e mãe de uma menina autista. Coerente com os aspectos formais e padrões éticos do jornalismo, a criança não é identificada.

Em termos de polidez, percebe-se o desejo de face negativa, ligada à rejeição a fatores de controle, impedimento, preconceito, discriminação. As evidências estão no uso de termos como “precisava de atenção especial” [e não teve], “tratou com negligência” [a escola em relação à criança autista], “passou o tempo todo com a mesma fralda” [descuido], “minha filha tava em carne viva” [descaso], “tirou a menina da escola” [efeito da rejeição à negligência].

Destaque para trechos que envolvem denúncia, como em “Toda pessoa com autismo é protegida por lei, por isso qualquer ato de discriminação pode levar até três anos de prisão”.

Apresenta-se aqui o **“Discurso Social”,** centrado nos interesses pessoais e coletivos da sociedade, nas relações entre diferentes atores sociais e seus dilemas sociais, em que operam com mais força os campos da Comunicação (com destaque para o papel da imprensa, “cão de guarda do povo”, nas palavras de Marx), dos Direitos Humanos e da Cidadania.

C.2 Prática Discursiva

Há intensa presença intertextual do tipo contestação. As falas são rápidas, alternadas e suportadas por fontes externas como em: “No Brasil, segundo o Ministério da Saúde, a cada trinta e duas crianças, uma apresenta essa condição”; “De acordo com a Associação Brasileira de Assistência e Desenvolvimento Social, a informação é a principal ferramenta para melhorar a vida dessas pessoas”; e infográfico na tela dizendo “violação de direitos contra autistas 2024: 3.400” e logo abaixo “1º semestre de 2023: 3.261. Fonte: Ministério dos Direitos Humanos”.

C.3 Prática Social

Aqui precisamos ressaltar o impacto dos efeitos ideológicos e políticos do discurso para a sociedade, é onde conseguimos enxergar com mais nitidez as relações entre Linguagem-Sociedade, atravessadas por relações de poder. A matriz social do discurso é ao mesmo tempo normativa e opositiva, interpretada no senso comum pelo ditado popular “manda quem pode, obedece quem tem juízo”. Ditados que refletem a nossa cultura. Porém, inversamente, “quem não tem juízo, desobedece, contesta, denuncia, exige e vai à luta”. São elas, as mães que estão lá lutando contra o sistema e as relações de poder envolvidas. Então,

não por acaso, nesta notícia vemos uma mãe-de-autista, que acaba tornando-se (não por opção) uma mãe-contestadora, mãe-militante, mãe-que-luta. É também aqui um "Discurso de Resistência".

D Notícia 4 – Band Jornalismo (N4-BAND)

D.1 Análise Textual

Fazem parte da cobertura desta notícia os jornalistas âncora Joel Datena e Laura Ferreira, o repórter de campo Vinicius Vainner, mais dois entrevistados: Erasmo Casella, neurologista; e Franzé Silva, deputado estadual, presidente da Assembleia Legislativa do Piauí (ALEPI) e pai de uma criança autista. O ponto de conflito diz respeito ao uso intensivo de imagens das crianças autistas, sem anonimizá-las, com planos focados nos rostos e corpos, sendo possível identificá-las, o que possui implicações éticas da conduta jornalística.

O que mais chama a atenção é a existência de contradição, desinformação e a constituição de um **"Discurso Negacionista".** É negacionista a partir do momento em que reduz o espectro autista às características presentes somente no nível I de suporte, excluindo as demandas que estão ligadas às limitações dos níveis II e III de suporte. Quando minimiza a dedicação hercúlea em terapias intensivas (mesmo no nível I) para ganhos de autonomia, seja na área motora, cognitiva, verbal, sensorial, social. E, principalmente, quando dá falsas esperanças em relação à uma vida sem necessidade de suporte, condicionada apenas a um diagnóstico precoce, camuflando, ao que tudo indica, interesses pessoais de motivação econômico-financeira vindos de uma "autoridade médica". Lembrando que "50% das pessoas com TEA apresentam deficiência intelectual associada" (Tibyriçá; D'antino, 2018, p.26).

Trechos que evidenciam este discurso: "o preconceito é mais um obstáculo pras pessoas autistas que, segundo especialistas, podem ter uma vida normal como qualquer pessoa" e "são pessoas que podem ser totalmente funcionais, então a vida totalmente ou quase totalmente normal. Vão casar, ter filhos, fazer uma faculdade, exercer a sua profissão".

D.2 Prática Discursiva

A intertextualidade está centrada na referência à ONU e às "testemunhas", mesclando então discurso direto e indireto. Alguns exemplos: "a discussão teria começado após a criança esbarrar no filho dele durante uma brincadeira. Segundo testemunhas, ele

disse que lugar de criança autista não é no meio de crianças normais"; e "de acordo com dados da Organização das Nações Unidas, cinquenta e cinco por cento das crianças autistas no Brasil já sofreram algum tipo de preconceito e, o mais grave, na maioria dos casos o agressor é um adulto!".

D.3 Prática Social

Operam com força os sistemas de conhecimento e crença, que por sua vez são relacionados a julgamentos sociais. Vilela e Moraes (2024, p. 3) abordam que "as crenças e os julgamentos sociais entram como fatores decisivos no processo de assimilação, negação ou reflexão crítica sobre as informações veiculadas pelas mídias sobre o TEA e, mais especificamente, sobre pessoas autistas". Explicam que um julgamento é formado a partir da percepção e avaliação de alguma situação, quando a pessoa "toma uma posição" sobre determinado assunto e passa então a agir de acordo. As crenças podem levar à desinformação e a desinformação também gera crenças incompatíveis com a realidade e a prática social.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir desta pesquisa e suas análises, é importante ressaltar,

> A comunicação é intrínseca à realização dos direitos humanos, passando tanto pela democratização da mídia, pela humanização do discurso, por uma melhor representatividade [...] quanto pelo acesso aos meios de comunicação para que os indivíduos falem por si mesmos [...] não há democracia sem direitos humanos, nem direitos humanos sem democracia" (Miranda, 2018, p. 57).

Tivemos como objetivo analisar a produção de sentidos dos interdiscursos presentes em quatro notícias jornalísticas que abordam o tema TEA/Autismo, tendo sido todas elas publicadas no dia 2 de abril, Dia Mundial do Autismo, no ano de 2024, selecionadas das quatro maiores emissoras brasileiras de TV aberta: Globo, SBT, Record, Band. O objetivo foi alcançado, tendo sido realizadas análises das práticas textuais, discursivas e sociais.

Foi interessante avaliar como uma mesma pauta pôde ser abordada de formas tão diferentes do ponto de vista linguístico, uso de recursos audiovisuais, fontes externas, linguagem não verbal. Ou seja, em como textos, imagens, sons e silêncios/silenciamentos produzem sentidos. Também para compreender o TEA em abordagem interdisciplinar.

Os resultados apontaram a presença de discursos diferentes para cada uma das emissoras, uma vez que cada uma delas optou por dar ênfase em determinado aspecto do tema autismo: Rede Globo, discurso neuropsicológico; Rede SBT, discurso político; Rede Record, discurso social; Rede Band, discurso negacionista. Sendo este último o que merece mais reflexão e firme combate, por configurar em desinformação (*fake news*), afetar diretamente toda a comunidade autista e os públicos relacionados à causa, e ter consequências desastrosas nos âmbitos político, econômico, social, cultural.

Sobre o "não-dito", infere-se a ausência de fatores importantes como: o conceito do TEA/Autismo; a identificação e diferenciação dos três níveis de suporte, associados aos graus de severidade (nível I – leve, nível II – moderado; nível III – severo); a apresentação das demandas cotidianas de autistas em todas as fases da vida e não apenas na infantil, porque não existe cura para o TEA; o esgotamento físico e mental, perda de trabalho/renda, isolamento das relações sociais e afetivas de mães de autistas; o direito à informação correta e o acesso a variados direitos dos autistas como pessoas com deficiência (PcD).

O discurso em geral ainda não reflete a realidade do autismo e das pessoas autistas no Brasil. "A exposição do tema nas mídias costuma omitir as necessidades e a realidade dos autistas de grau severo [...]. Até onde se estende a fronteira em que podemos considerar uma cidadania incompleta como aceitável para os nossos filhos?" (Tibyriçá; D'antino, 2018, p. 8-9).

Longe de ser retrato, o discurso e as práticas carecem de uma retratação, uma reparação social e histórica. A mudança social é instituída sob o escudo dos Direitos Humanos, da Cidadania e do letramento em DEI – Diversidade, Equidade e Inclusão.

Cerca de 78% dos pais homens abandonam os filhos que possuem deficiência antes destes completarem 5 anos (Baresi, 2012 *apud* Lourenço, 2021). É por isso que nas clínicas de reabilitação *são as mães que estão na sala de espera*. Os pais homens brasileiros têm a licença poética cultural do abandono por "não suportarem o luto do filho ideal (que não veio)". Inversamente, como "os filhos são das mães", a licença poética a elas não se aplica.

Ao contrário, é "dever" histórico das mulheres os cuidados da família, em detrimento do autocuidado, da gestão de suas carreiras, das relações sociais e afetivas. A cultura machista e sexista brasileira ganha ares de relexicalização eufemística traduzidas nas expressões mais ouvidas "mães guerreiras" e "se Deus mandou é porque você consegue". Uma nova classificação semântica e de silenciamento para as mães atípicas em geral, como é

o caso das mães de autistas. E se essa mãe é uma mulher negra, sem rede de apoio e sem recursos financeiros (ou limitados), são mais camadas de reflexão e consequente demanda de ações efetivas para que ela consiga estar no mundo social por ela e por seu(s) filho(s).

Para Silva (2007), "Ser diferente é ser objeto de desqualificação, de depreciação e, consequentemente, ocupar um lugar minoritário [...], um espaço ocupado por sujeitos que não possuem reconhecimento e possibilidade de uso da palavra" (Silva, 2007, p. 2). Portanto, à medida em que as vozes são silenciadas, a cidadania e os direitos humanos também são.

"No Brasil, o verdadeiro silêncio imposto pela televisão é o silêncio das culturas que estruturam simbolicamente os setores marginalizados" (Sodré, 2010, p. 100). Encerramos com uma das falas que foi transcrita e que representa o sentimento e a posição social daqueles que são solidários à [nossa] causa autista: "*Nós não podemos ficar no silêncio*".

REFERÊNCIAS

AMERICAN PSYCHIATRIC ASSOCIATION (APA). Manual diagnóstico e estatístico de transtornos mentais. 5. ed. **DSM-5-TR**. Porto Alegre: Artmed, 2023, 1152p.

BAND JORNALISMO. Dia Mundial da conscientização do autismo e combate ao preconceito. **Youtube**, 2 de abril de 2024. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=u4bkQaq6RWA&t=6s. Acesso em: 7 out. 2024.

BOBBIO, Norberto. **A era dos direitos**. 7ª reimpressão. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004. 96p.

BOM DIA CIDADE BAURU. Dia mundial de conscientização do autismo: diagnóstico precoce é essencial. **Globoplay**, 2 de abril de 2024. Disponível em: https://globoplay.globo.com/v/12484510/. Acesso em: 8 out. 2024.

CORTINA, Adela. **Cidadãos do mundo**: uma teoria da cidadania. São Paulo: Edições Loyola, 2005.

FAIRCLOUGH, Norman. **Discurso e mudança social**. 2 ed. Brasília: Editora unB, 2016. 338 p.

FILHO, Ismar C. C. Cidadania comunicativa: a participação social no direito à comunicação. *In*: SILVA, Denise T. da. **Comunicação para a cidadania**: 30 anos em luta e construção coletiva. São Paulo: Intercom e Gênio Editorial, 2021. p. 133-157.

JORNAL DA RECORD. Dia mundial do autismo tenta ampliar o conhecimento e promover inclusão social. **Youtube**, 2 de abril de 2024. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=qqfcTQo4cUs. Acesso em: 13 out. 2024.

LOURENÇO, Tainá. Luta de mães de crianças autistas é marcada pela dor do abandono. **Jornal da USP**, Ribeirão Preto, 11 janeiro 2021. Disponível em: https://jornal.usp.br/atualidades/luta-de-maes-de-criancas-autistas-e-marcada-pela-dor-do-abandono/. Acesso em: 11 out. 2024.

MARCUSCHI, Luiz A. A transcrição de conversações. *In*: MARUSCHI, L. A. **Análise da conversação**. São Paulo: Ática, 1986. (Série Princípios)

MEDEIROS, Magno; TEMER, Ana Carolina. **Comunicação, cidadania midiatizada e direitos humanos**. Curitiba: Editorial Casa, 2022.

MIRANDA, Luciléia. Comunicação e direitos humanos. *In*: COMUNICAÇÃO e direitos humanos. [Belo Horizonte]: **Associação Henfil Educação e Comunicação**, 2018. *E-book*. Disponível em: https://intervozes.org.br/arquivos/interman005comdhs18.pdf. Acesso em: 10 out. 2024.

MORAES, A. T.; MACHADO, L. M. M.; BORGES, R. P. B. **Comunicação e discursividade**: teoria e dispositivos analíticos da AD. Goiânia: Kelps, 2021. 346p.

ORLANDI, Eni P. **As formas do silêncio**: no movimento dos silêncios. 6. ed. Campinas: Editora da Unicamp, 2007.

RAMOS, André de Carvalho. **Direitos humanos**: dia de conscientização: autistas têm dificuldades para acessar direitos. [*S. l.*], 2 abr. 2024. Instagram: @andre.decarvalhoramos. Disponível em: https://www.instagram.com/p/C5RplvdPJU_/. Acesso em: 10 out. 2024.

SBT NEWS. Memorial da América Latina recebe evento de conscientização sobre TEA. **Youtube**, 2 de abril de 2024. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=6JeN7qy36QM. Acesso em: 10 out. 2024.

SILVA, Alessandro A. S. Direitos humanos e lugares minoritários: um convite ao pensar sobre os processos de exclusão na escola. *In*: Ministério da Educação, Programa Ética e Cidadania. **MEC**, 2007, p.2. Disponível em: http://portal.mec.gov.br/seb/arquivos/pdf/Etica/11_soares.pdf. Acesso em 23 set. 2024.

SILVA, Gislene; SILVA, Marcos Paulo da; FERNANDES, Mario Luiz (Orgs.). **Critérios de Noticiabilidade**: problemas conceituais e aplicações. Florianópolis: Insular, 2014.

SODRÉ, Muniz. **O monopólio da fala**: função e linguagem da televisão no Brasil. 8 ed. Petrópolis: Vozes, 2010.

TELEVISÃO. [*s. l.*]: MOM, 2017. Disponível em: https://brazil.mom-gmr.org/br/midia/tv/. Acesso em: 12 out. 2024.

TIBYRIÇÁ, Renata F.; D'ANTINO, Maria E. F. (Orgs.). **Direitos das pessoas com autismo**: comentários interdisciplinares àLei 12.764/12. São Paulo: Memnon Edições Científicas, 2018.

TORQUATO, Chalini. Minorias, lugar de fala e direito à comunicação na mídia: entre o ativismo pela cidadania e a mercadorização de pautas sociais. **Intexto**, Porto Alegre, n. 52, e-104966, p. 1-20, jan./dez. 2021. Disponível em: https://seer.ufrgs.br//intexto/article/view/104996. Acesso em: 24 set. 2024.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo**: a tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional. Vol. II. Florianópolis: Insular, 2005. 216p.

TRAVAGLIA, L. C. Apêndice convenções do petedi para transcrição de material oral. **Olhares e Trilhas**, [*S.l.*], v. 19, n. 2, p. 380-385, 2017. Disponível em: https://seer.ufu.br/index.php/olharesetrilhas/article/view/40214. Acesso em: 09 out. 2024.

VILELA, Thâmara; MORAES, Ângela Teixeira de. Crenças e julgamentos sociais: duas lentes direcionadas às pessoas autistas. *In*: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 47., 2024, Balneário Camboriú. **Anais Eletrônicos**...Balneário Camboriú: Univali, 2024. Disponível em: https://sistemas.intercom.org.br/pdf/link_aceite/nacional/17/10072024014810670368 0a39d0b.pdf. Acesso em: 12 out. 2024.

As autoras são responsáveis pela fidedignidade dos dados apresentados.

INVESTIGANDO A ATUAÇÃO DE MULHERES JORNALISTAS NO BRASIL: HÁ NICHOS TEMÁTICOS NA PRODUÇÃO JORNALÍSTICA COM FOCO EM GÊNERO?

Nayara Nascimento de Sousa[1]

RESUMO

O trabalho verifica os temas abordados por mulheres jornalistas na produção que possui foco em gênero. Para tanto, foi realizada uma pesquisa quantitativa com o método do survey, com 217 informantes que atuam ou já atuaram no mercado do jornalismo de todos os estados do Brasil e do Distrito Federal. Os resultados reiteram a concentração em determinados temas quando o foco da produção está nas mulheres, especialmente com “datas comemorativas”, “saúde” e “movimentos sociais”. Por outro lado, é possível notar o avanço nos assuntos ligados à "política".

Palavras-chave: Jornalismo; Mulheres jornalistas; Produção jornalística; Pesquisa quantitativa; Survey.

INVESTIGATING THE WORK OF WOMEN JOURNALISTS IN BRAZIL: ARE THERE THEMATIC NICHES IN THE JOURNALISTIC CONTENT THAT FOCUSES ON GENDER?

ABSTRACT

The research investigates the themes covered by women journalists in their production from a gender perspective. A quantitative survey was carried out and the survey method was used with 217 informants who work or have worked in journalism in Brazil. The results reiterate the concentration on certain themes when the focus of production is on women (commemorative dates, health and social movements), but it is also possible to notice progress on the theme of “politics”.

Keywords: Journalism; Women journalists; Journalistic production; Quantitative research; Survey.

INTRODUÇÃO

A literatura aponta que o jornalismo no Brasil é masculino (Silva, 2010), o que significa que a ocupação dos cargos, os modos de produção, a divisão das pautas e a perspectiva adotada no conteúdo privilegiam um viés masculinista. Silva (2010) argumenta que não apenas os valores generificados incidem no jornalismo, mas também as concepções da cor/raça branca, da classe média, heterossexual e da meia idade. Assim, embora as mulheres sejam maioria nos cursos e no mercado do jornalismo (Lima *et al*., 2022), elas enfrentam assimetrias de diversas ordens (Mazotte; Toste, 2017; Sousa; Tavares, 2023).

[1] Doutoranda em Comunicação, Universidade Federal do Ceará, bolsista CAPES, e-mail: nayara.ndesousa@gmail.com

A Declaração e Plataforma de Ação de Pequim (ONU, 1995), da IV Conferência Mundial Sobre a Mulher, estabeleceu a relação entre as mulheres e a mídia como uma das 12 áreas críticas de especial preocupação para o avanço feminino na sociedade. O documento é essencial para guiar políticas e estratégias em diversos países e recomenda que é necessário garantir o acesso das mulheres na mídia, tanto na produção quanto nas tomadas de decisões, além de pontuar a demanda pela incorporação de uma perspectiva de gênero no conteúdo.

Contudo, pesquisas indicam uma tendência de "nichos temáticos" quando as pautas apresentam foco em mulheres (Kassova, 2020), o que contribui para a manutenção de uma estrutura sexista na sociedade, já que enfatiza o estereótipo dos "assuntos femininos" restritos a determinadas características que tradicionalmente foram ligadas às mulheres, tais como saúde, cultura, moda, beleza (*soft news*), enquanto os homens são associados aos temas da economia, política, reportagens policiais (*hard news*) (Leite, 2017).

Tendo em vista este contexto, nos interessa verificar os temas abordados por mulheres jornalistas na produção que possui, em algum grau, a perspectiva de gênero. Para tanto, foi realizada uma pesquisa quantitativa com o método do survey, com 217 informantes de todos os estados do Brasil e do Distrito Federal. O trabalho é um recorte da dissertação de mestrado desenvolvida no âmbito do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Maranhão (PPGCOM/UFMA), com apoio da Fundação de Amparo à Pesquisa e ao Desenvolvimento Científico e Tecnológico do Maranhão (FAPEMA) e sob orientação da profa. Dra. Camilla Quesada Tavares.

A ATUAÇÃO DAS MULHERES NO JORNALISMO

A trajetória das mulheres na imprensa brasileira tem como marco o acesso à educação formal feminina, no século XIX[2]. Duarte (2017) destaca que os jornais se constituem nos primeiros e principais veículos da produção letrada feminina brasileira, identificando 143 jornais e revistas femininas e feministas que circularam no país durante o século XIX, tanto de autoria de mulheres, quanto de homens. Para a autora, embora a quantidade do material possa surpreender, ela acredita que representa a ponta do *iceberg* e estima que tenha existido uma diversidade maior.

[2] A instrução feminina no Brasil foi permitida no século XIX, porém o ensino escolar esteve restrito às mulheres brancas e das classes dominantes.

É importante definir a imprensa feminina e a feminista, na medida em que cada uma possui especificidades que podem se distanciar ou aproximar, mas ambas impactam o jornalismo nos dias atuais. Bandeira (2015) entende que a imprensa feminina era pensada para as mulheres, embora não necessariamente fosse produzida por mulheres, e nasceu com o propósito de tratar de questões consideradas tradicionalmente femininas, como moda, beleza, educação dos filhos, sexo e carreira profissional. A autora reflete que o mercado viu o potencial de consumo do público feminino (Bandeira, 2015).

Embora os periódicos que se ocupavam de assuntos como moda, culinária e cuidados domésticos fossem expressivos, os órgãos feministas se multiplicaram com rapidez a partir de 1870, problematizando a condição da mulher, questionando a política e reivindicando os direitos à educação, propriedade, ao voto e trabalho fora do lar[3] (Duarte, 2017; Woitowicz, 2008). Duarte (2017) explica que os temas das publicações feministas eram diversos e que havia um grande interesse pelo contexto sócio-político do país.

Pensando na imprensa feminina e feminista como, em muitos momentos, entrelaçadas, Bandeira (2015) enfatiza que ambas não podem ser colocadas em posição de antagonistas, mas como paralelas, visto que os conteúdos podem tanto se divergir, quanto convergir. A autora pondera que o conteúdo dos primeiros periódicos feministas, além de tratar dos direitos das mulheres, carregavam traços da imprensa feminina.

Apesar da luta das mulheres por mais espaço na mídia, foi apenas na década de 1970-80 que a feminização no jornalismo passou a acontecer de forma mais acentuada (Abreu; Rocha, 2006). Entre os fatores que propiciaram a maior admissão das mulheres na área, destacam-se: a obrigatoriedade do diploma para exercer a profissão (Decreto-Lei 972/1969), o aumento dos cursos de formação em jornalismo e comunicação, o elevado ingresso feminino no ensino superior, além da progressiva inserção das mulheres na economia formal (Abreu; Rocha, 2006; Rocha; Sousa, 2011).

Mesmo representando maioria no jornalismo, sendo 57,8% de acordo com a pesquisa Perfil do Jornalista Brasileiro 2021 (Lima *et al*., 2022), as mulheres enfrentam assimetrias de diversas ordens, que podem impactar nas relações entre as profissionais e os profissionais, que incide, por exemplo, em assédio sexual (Amorim, 2021) e/ou moral, no cargo ocupado, nas funções exercidas, remuneração e na perspectiva adotada nas produções – no tema,

[3] No caso das mulheres das classes privilegiadas, já que boa parte das mulheres pobres, sobretudo negras, cumpria uma intensa jornada de trabalho no lar e fora do lar.

enfoque, fontes. Nesse sentido, os papeis sociais atribuídos a partir de estereótipos aos homens e mulheres, incluindo marcadores interseccionais para além do gênero (raça, classe, sexualidade, deficiência, território, geração, entre outros) operam para reforçar as desigualdades no jornalismo. Em específico, no próximo tópico será discutida a limitação dos temas da produção jornalística que possui foco nas mulheres.

AS CAIXINHAS TEMÁTICAS DA PRODUÇÃO COM FOCO EM MULHERES

De acordo com Chaher (2007), os jornais tradicionais estão cada vez mais pressionados a incluir uma agenda de gênero na produção, mas os veículos fazem isso sem o conhecimento de todas as dimensões do tema e sem a capacitação das profissionais e dos profissionais para abordar os assuntos. No relatório Mulheres no Jornalismo Brasileiro (Mazotte; Toste, 2017), parte das entrevistadas relatou que mesmo quando produz matérias com viés de gênero, o texto sofre intervenções de alguns editores homens. Já o trabalho de Mano (2017) conclui que a produção do jornalismo com foco no gênero na mídia *mainstream* advém muito mais de atitudes profissionais individuais do que de mudanças significativas nos veículos.

O relatório *The Missing Perspectives of Women in News* (Kassova, 2020), produzido com a finalidade de verificar o desempenho de indicadores de igualdade de gênero e fornecer estratégias para os veículos jornalísticos, observa uma limitação dos temas nas pautas jornalísticas com foco nas mulheres, principalmente nos veículos tradicionais, que tendem a estabelecer "nichos femininos" para as reportagens. O relatório cita a pesquisa da *Brunswick Insight*, pela qual concluiu, a partir da análise de conteúdo global, que a cobertura dentro da discussão sobre igualdade de gênero na mídia tradicional tende a se concentrar em quatro temas-chave: "trabalho", "eventos femininos" (como o Dia Internacional da Mulher), "políticas/iniciativas" e "violência". Outro estudo mencionado é o *Media Ecosystems Analysis Group*, no qual indica que a cobertura da igualdade de gênero em seis países (Reino Unido, África do Sul, Quênia, Índia, Nigéria, Estados Unidos) está focada em quatro temáticas: "mulheres" (direitos das mulheres, Dia Internacional da Mulher, empoderamento das mulheres etc.), "política/governo", "finanças" e "trabalho".

Não obstante, mesmo a mídia feminista nem sempre consegue fugir dessa lógica. A pesquisa de Vecchio-Lima e Souza (2017) observa uma restrição das temáticas em cinco portais de iniciativas jornalísticas "de mulheres para mulheres" no Brasil (AzMina, Cientista

que virou mãe, Nós mulheres da periferia, Think Olga e Revista Capitolina). O tema mais abordado foi "violência contra a mulher", seguido do "esporte" (em virtude das Olímpiadas de 2016, realizadas no país), "legislação" e "negritude". Outras temáticas identificadas em menor quantidade se referem a "religião", "saúde e maternidade", "sexualidade", "autonomia", "infância", "educação e maternidade", "estética e autoestima" e "aborto".

É interessante citar os dados referentes ao Brasil no *Global Media Monitoring Project* (GMMP)[4] de 2020, maior monitoramento de representações de gênero nas notícias, no qual foi indicado que os media *mainstream* brasileiros oferecem pouco espaço para as mulheres enquanto sujeitas e fontes. De acordo com o relatório, entre as notícias coletadas da internet (portais de notícias e perfis de jornais no Twitter), eram minoria as matérias que tinham uma mulher ou um grupo de mulheres como foco, sendo que elas apareceram apenas nos temas "Celebridade, Arte, Mídia e Esportes" e "Gênero e Relacionado".

Diante das discussões apresentadas, este trabalho tem o objetivo de verificar os temas abordados por mulheres jornalistas na produção que possui, em algum grau, uma perspectiva de gênero, partindo do pressuposto de que há um crescimento do interesse dos veículos da mídia em produzir conteúdo com foco em gênero (Chaher, 2007), mas nota-se que na prática as mulheres jornalistas atuam muito mais individualmente nessas matérias (Mano, 2017). Nesse sentido, a pesquisa pretende identificar se há predominância de nichos temáticos ou possíveis mudanças nesse tipo de produção. Os tópicos a seguir descrevem os procedimentos metodológicos, a análise dos dados e considerações finais.

METODOLOGIA

Este trabalho é um recorte de uma dissertação de mestrado, realizada a partir da pesquisa quantitativa com o método do survey de amostragem não-probabilística. A pesquisa com survey possui vantagens e desvantagens, assim como qualquer método e técnica. Entre as vantagens, o questionário permite a coleta de dados de um alto número de informantes, tem potencial de alcançar pessoas de distintas localidades, possibilita a liberdade às participantes e aos participantes em razão do anonimato, além de apresentar

[4] O *Global Media Monitoring Project* (GMMP) é um projeto realizado desde 1995, que a cada cinco anos coleta notícias de diversos países em um dia específico, para analisar a presença das mulheres na mídia. Na edição de 2020, a coleta aconteceu em 116 países no dia 29 de setembro. No Brasil, foram selecionados 23 veículos, entre jornais impressos, rádios, telejornais, portais de notícias e perfis de jornais no Twitter. Disponível em: <https://whomakesthenews.org/wp-content/uploads/2021/07/1-Relatorio-GMMP-Brasil-portugues-12-07-21-completo-1.pdf >. Acesso em: 15 out. 2024.

menos riscos de distorções nas respostas em decorrência da menor influência da pesquisadora ou do pesquisador no momento da aplicação (Marconi; Lakatos, 2003; Novelli, 2005).

Entre as desvantagens, o survey pode receber baixa adesão do público-alvo e não há possibilidade da pesquisadora ou pesquisador auxiliar as informantes e os informantes que eventualmente tenham dúvidas sobre as perguntas (Marconi; Lakatos, 2003). Desse modo, a literatura recomenda a aplicação de um pré-teste para minimizar o problema de uma possível dificuldade das participantes e dos participantes entenderem as questões.

O público-alvo da pesquisa foi composto por pessoas que se identificam como mulheres e que trabalham ou já trabalharam no mercado do jornalismo no Brasil, seja na mídia (redações) e/ou fora da mídia (assessorias, agências). Entre as etapas da coleta dos dados, elaboramos um questionário piloto na plataforma da *SurveyMonkey* que foi enviado a um grupo de jornalistas[5], com o objetivo de identificarmos as perguntas que gerariam dúvidas. O pré-teste foi essencial para ajustarmos algumas questões a partir do feedback das convidadas. Após a reformulação, a aplicação oficial do survey aconteceu entre 2 de junho e 3 de setembro de 2021.

Para a circulação do survey, foi elaborada uma lista de contatos de profissionais e organizações que potencialmente poderiam participar e/ou divulgar. Solicitamos apoio da Rede de Jornalistas e Comunicadoras com visão de Gênero e Raça (RIPVG Brasil), da Federação Nacional de Jornalistas (FENAJ) e sindicatos de jornalistas em vários estados e no Distrito federal, das coordenações de cursos de Jornalismo e Programas de Pós-Graduação em Comunicação e Jornalismo, além de assessorias de comunicação e imprensa de órgãos governamentais. O survey também foi divulgado nas redes sociais, em encontros e congressos de comunicação e jornalismo, nas listas de discussão de organizações da área e durante aulas em disciplinas de Programas de Pós-Graduação, assim como recebemos ajuda individual de pessoas que se prontificaram a compartilhar a pesquisa.

Com a coleta finalizada, realizamos a limpeza dos dados para retirar respostas incompletas e incorretas, sendo validado o total de 217 participações de informantes de todos os estados do Brasil e do Distrito Federal. Para este artigo, nos tópicos a seguir, as variáveis analisadas são: perfil sociodemográfico (identidade de gênero, cor/raça, faixa

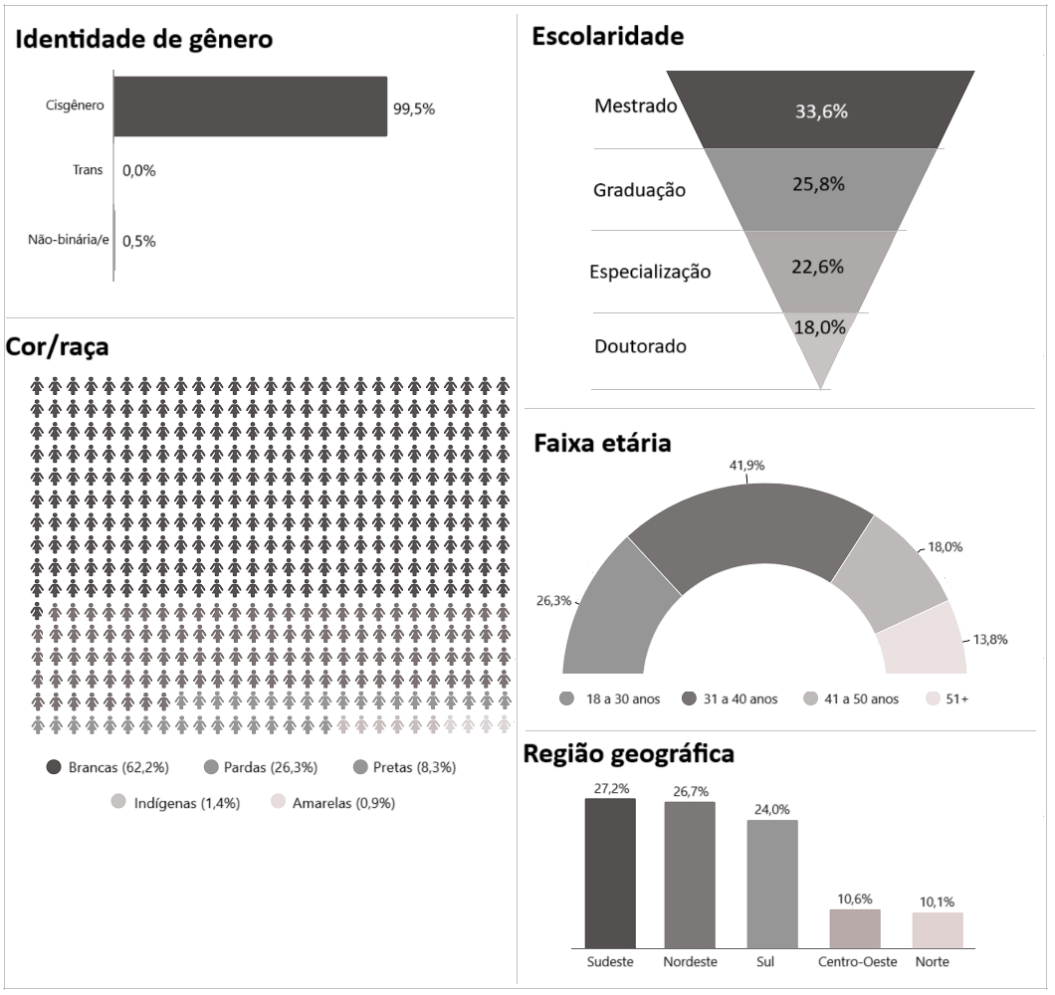
[5] Agradecimento às mulheres do grupo de pesquisa Comunicação, Política e Sociedade (COPS), do qual a autora faz parte, e às jornalistas atuantes no Paraná, em especial a partir da rede de contatos da profa. Dra. Camilla Quesada Tavares, orientadora da pesquisa, que contribuíram respondendo o questionário piloto.

etária, região geográfica, formação), aspectos do trabalho e temas das produções jornalísticas com foco em mulheres.

ANÁLISE DOS DADOS

Sobre o perfil sociodemográfico das 217 informantes do survey, cujos dados foram sintetizados na Figura 1, verificou-se que os resultados corroboram outros levantamentos (Rios *et al*., 2020; Lima *et al*., 2022): mulher cis (99,5%), ou seja, que se identifica com o sexo que lhe foi atribuído ao nascer, de cor/raça branca (62,2%), na faixa etária entre 31 a 40 anos (41,9%). As informantes negras representam 34,6% (26,3% pardas e 8,3% pretas). Quanto à região geográfica, o survey recebeu mais participantes do Sudeste (27,2%), Nordeste (26,7%) e Sul (24,0%) do país. O mestrado (completo ou andamento) é o nível de formação mais recorrente (33,6%).

Figura 1 - Dados do perfil sociodemográfico das informantes do survey

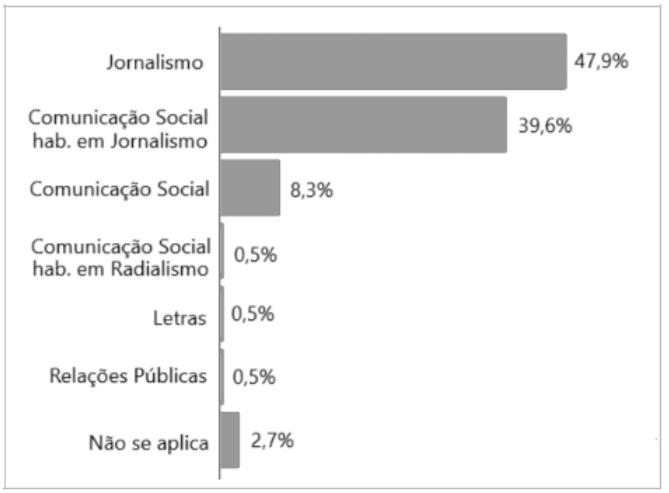


Fonte: elaborado pela autora (2024).

É importante ressaltar que a escolaridade mais frequente entre profissionais do jornalismo no Brasil é o Ensino Superior completo (Lima *et al.*, 2022), mas boa parte das/os jornalistas possui especialização[6]. Nesta pesquisa, o fato do nível de formação mais presente ser o mestrado pode ser explicado pelo público de informantes alcançado, possivelmente jornalistas vinculadas aos Programas de Pós-Graduação (PPGs). Por outro lado, esse cenário indica que as mulheres estão se qualificando mais e, ainda, pode evidenciar o maior acesso aos cursos de mestrado e o crescimento dos PPGs no país.

Sobre o curso de graduação, o Gráfico 1 informa que 96,3% das informantes possuem formação em Comunicação Social e suas habilitações – 47,9% em Jornalismo, 39,6% em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo, 8,3% em Comunicação Social e 0,5% habilitação em Radialismo. O levantamento do Perfil do Jornalista Brasileiro 2021 (Lima *et al.*, 2022), mostra um cenário semelhante de profissionais do jornalismo com graduação na área: 91,9% das pessoas que compõem a amostra da pesquisa são graduadas em Jornalismo ou Comunicação com habilitação em Jornalismo (Lima *et al.*, 2022).

Gráfico 1 - Curso de graduação das informantes do survey



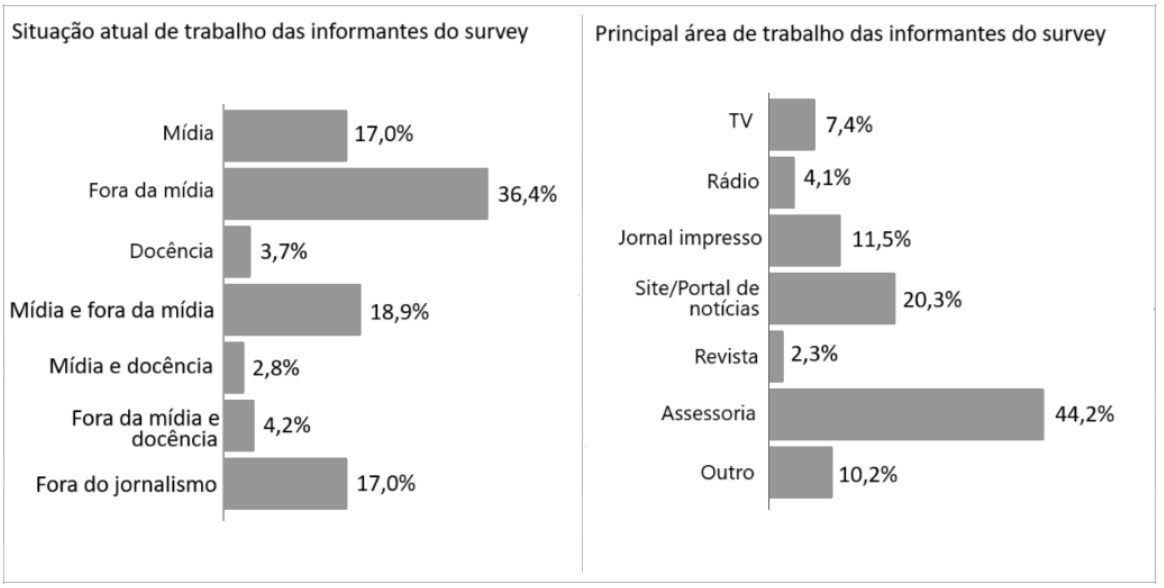
Fonte: elaborado pela autora (2024).

Quanto aos aspectos do trabalho, verificamos a atual situação de trabalho das respondentes e a área de atuação no jornalismo. Os dados compilados no Gráfico 2 apontam que a principal área de trabalho das respondentes é fora da mídia (36,4%), seguida do duplo

[6] De acordo com o Perfil do Jornalista Brasileiro de 2021 (Lima *et al*., 2022), 42,3% das/os jornalistas têm Ensino Superior completo, 28,6% possuem Especialização, 14,7% Mestrado, 4,7% Doutorado e 1,6% Pós-Doutorado. Ademais 8,0% assinalaram outros níveis de formação.

vínculo mídia e fora da mídia (18,9%) e exclusivamente na mídia (17,0%). É relevante observar o percentual de mulheres que já trabalharam no jornalismo, mas que no momento da participação no survey não atuavam na área (17,0%). Para delimitar a principal área de trabalho das respondentes no mercado do jornalismo, solicitamos que as informantes considerassem o vínculo empregatício atual; ou o emprego principal, entre aquelas que possuem mais de um trabalho no mercado; e da carreira daquelas que não atuam no jornalismo. Desse modo, a assessoria é a principal área de trabalho entre 44,2% das informantes, seguida de Site/Portal de notícias (20,3%). Nesse sentido, os dados indicam que possivelmente há uma tendência maior de feminização das assessorias, tendo em vista que outras pesquisas observaram que esse setor parece absorver mais mulheres jornalistas (Mick; Lima, 2013; Leite, 2017).

Gráfico 2 - Aspectos do trabalho das informantes do survey

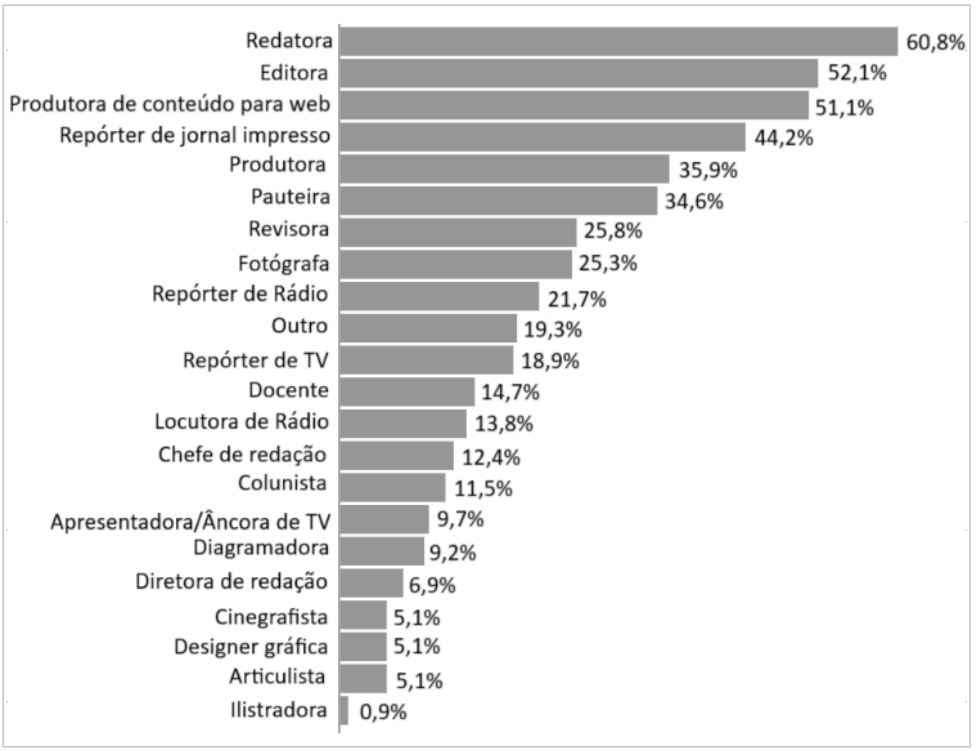


Fonte: elaborado pela autora (2024).

A seguir, nos interessa identificar as funções exercidas pelas informantes (ou que elas já exerceram) no jornalismo. Os dados do Gráfico 3 apontam que as respondentes do survey assinalaram que realizam/realizaram funções mais operacionais, ligadas ao desenvolvimento do conteúdo, tais como pensar pauta, escrever/elaborar o conteúdo, revisar: 60,8% redatoras, 51,1% produtoras de conteúdo para web, 34,6% pauteiras e 25,8% revisoras. Por um lado, a função gerencial de editora foi assinalada pela maioria delas (52,1%), entretanto não se pode dizer que esse dado é excepcional, na medida em que o cargo se tornou mais usual (Mazotte; Toste, 2017; Rios *et al*., 2020; Bandeira, 2021; Lima *et al*., 2022). Para cargos

de maior prestígio, 12,4% das mulheres desempenham tarefas de chefe de redação, ao passo que somente 6,9% indicaram a função de diretora de redação.

Gráfico 3 - Funções exercidas no jornalismo pelas informantes do survey



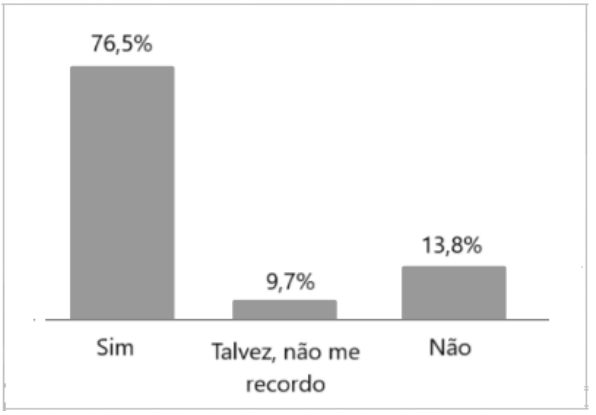
Fonte: elaborado pela autora (2024).

Entre as assimetrias de gênero no jornalismo, a questão do sexismo em cargos de chefia é um dos problemas mais apontados pela literatura. O relatório *Women and Leadership in the News Media 2022: Evidence from 12 Markets* (Eddy; Selva; Nielsen, 2022), elaborado pelo *Reuters Institute for the Study of Journalism*, verifica a atuação de mulheres editoras-chefes nos principais veículos de mídia online e off-line de 12 países. Entre 240 marcas da amostra, as mulheres representam apenas 21% das 179 pessoas que ocupam esse cargo, sendo que o Brasil ficou na última posição no ranking, com 7% de mulheres editoras-chefes. Essas desigualdades podem incidir nas relações entre profissionais nos locais de trabalho e, ainda, na produção, inclusive nas pautas.

Para verificarmos se as informantes já produziram algum tipo de conteúdo jornalístico com foco exclusivo nas mulheres, no survey foi pontuado que o jornalismo com perspectiva de gênero pretende protagonizar mulheres desde a definição da pauta, no tema e enfoque do conteúdo, nas fontes e recursos imagéticos (fotos, ilustrações, gráficos). Ressaltamos que esta pesquisa não avalia as produções das profissionais para determinar se

o conteúdo pode ser “enquadrado” ou não na perspectiva de gênero. Os dados do Gráfico 4 apontam que a maioria das informantes já produziu a partir de um foco em mulheres (76,5%).

Gráfico 4 - Percentuais de informantes do survey que produziram ou não a partir do foco em mulheres

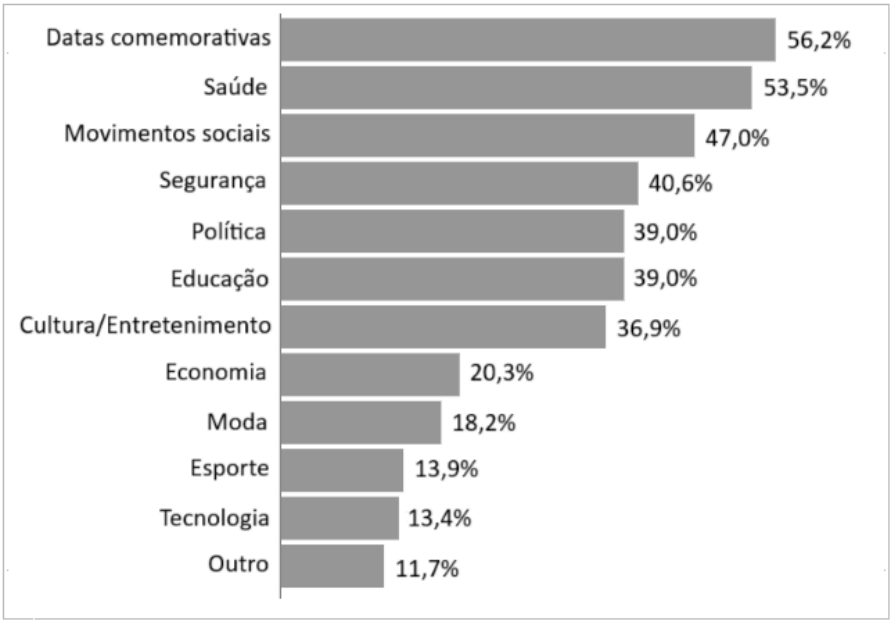


Fonte: elaborado pela autora (2024).

Desse modo, uma vez questionadas se já elaboraram conteúdo com foco nas mulheres, as respostas afirmativas indicam, em alguma medida, o contato com questões de gênero na produção. No relatório Mulheres no Jornalismo Brasileiro (Mazotte; Toste, 2017), pouco mais da metade das entrevistadas (56,6%) afirmaram já ter publicado, mais de uma vez, matérias que tinham foco em alguma questão de gênero, e 14,6% produziram pelo menos uma vez. Assim, ambos resultados são animadores por dar pistas de que boa parte das mulheres que atua no jornalismo se preocupa em trazer uma abordagem de gênero à produção e, ainda, possivelmente há um crescente interesse nessas pautas.

Tendo em vista que a literatura problematiza a tendência de definição das pautas conforme o gênero (Leite, 2017), sendo as mulheres associadas às editorias *soft news* (saúde, maternidade, cultura, moda, etc.), e atribui-se aos homens os assuntos considerados *hard news* (economia, tecnologia, política etc.), verificamos os temas que as respondentes já abordaram nas produções jornalísticas com foco nas mulheres, para observar se há concentração em determinadas temáticas. As opções apresentadas no Gráfico 5 foram selecionadas de forma intencional e, para estes dados, utilizamos as respostas estratificadas tanto das informantes que já produziram a partir do foco em mulheres, quanto daquelas que assinalaram que não se recordam, mas talvez já produziram.

Gráfico 5 - Temas abordados pelas informantes do survey nas produções jornalísticas com foco em mulheres

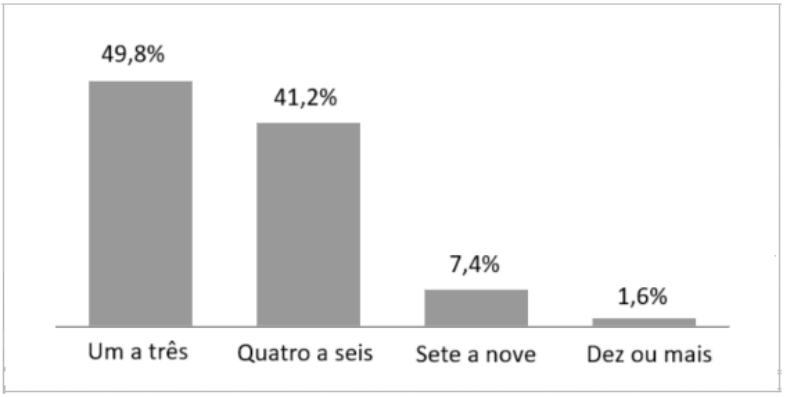


Fonte: elaborado pela autora (2024).

Assim, os dados indicados no Gráfico 5 mostram que “datas comemorativas” (56,2%), “saúde” (53,5%) e “movimentos sociais” (47,0%) são os temas mais explorados pelas profissionais quando a produção tem foco em mulheres, o que reforça uma possível predominância de um nicho temático. É importante ressaltar que todos esses temas são relevantes e devem ser discutidos nas produções jornalísticas, mas também se faz necessário ampliar para outros assuntos transversais e sob diferentes enfoques. Chama a atenção que “política” apresentou um percentual relevante (39,0%) e destacamos o papel das feministas e outros movimentos de mulheres para a atuação feminina na política institucional, tensionando o jornalismo a debater cada vez mais esse assunto. Já as temáticas menos abordadas são “tecnologia” (13,4%) e “esporte” (13,9%). A “moda” também apareceu em percentual mais baixo (18,2%), possivelmente por se tratar de um tema muito especializado.

Por fim, verificamos a quantidade de temáticas abordadas pelas informantes (Gráfico 6) ao longo da carreira delas no mercado do jornalismo: os dados indicam que a maior parte das respondentes abordou apenas “entre um a três” temas nas produções focadas em mulheres (49,8%), o que indica um possível entrave para que elas consigam desenvolver mais pautas. Ademais, também foi expressivo o percentual de mulheres que já produziram “entre quatro a seis” temas (41,2%), apontando para um esforço em transversalizar os assuntos.

Gráfico 6 - Quantidade de temas abordados pelas informantes na produção jornalística com foco em mulheres



Fonte: elaborado pela autora (2024).

É importante enfatizar que boa parte das informantes atua em assessorias (44,2%) e, embora a demanda desse setor seja uma produção de conteúdo, em tese, diferente de notícias e reportagens típicas das redações, também pode (e deve) pautar temas com foco nas mulheres. Para Figaro (2013), as assessorias de comunicação são necessárias à produção nas redações, de modo que a autora defende a impossibilidade do trabalho em veículos de mídia sem o jornalismo de assessoria. Outro ponto relevante diz respeito à formação das informantes, majoritariamente graduadas em Jornalismo/Comunicação. Além disso, 60,8% das participantes da pesquisa exercem/exerceram a função de redatora, por exemplo, indicando que elas possuem experiência com produções, sendo que pelo menos 76,5% já produziram algum conteúdo com foco em gênero. Em síntese, os dados apontam que essas mulheres são preparadas para produzir em redações e assessorias, mas esbarram em entraves para abordar variadas temáticas com foco em gênero, concentrando as produções em “datas comemorativas”, “saúde” e “movimentos sociais”.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Retomando o objetivo principal deste trabalho, nos interessou verificar os temas abordados por mulheres jornalistas na produção que possui, em alguma medida, uma perspectiva de gênero. A partir da pesquisa quantitativa com o método do survey, coletamos dados de 217 informantes que atuam ou já atuaram no mercado do jornalismo de todos os estados do Brasil e do Distrito Federal, cujos resultados indicaram a concentração em

determinados temas quando o foco da produção está nas mulheres (“datas comemorativas”, “saúde” e “movimentos sociais”), mas também é possível notar o avanço no tema “política”.

A discussão dos dados enfatizou que todos os temas são relevantes, mas que é necessário ultrapassar esse nicho, uma vez que as mulheres devem figurar nos diversos assuntos no jornalismo (seja na mídia ou fora da mídia). Permanecer em nichos temáticos contribui para reforçar estereótipos sobre os espaços que as mulheres “podem” ocupar na sociedade e quais são os “assuntos femininos e feministas”, quando não deveriam existir essas distinções.

Em síntese, a pesquisa observou que boa parte das profissionais pode sentir dificuldade em determinados assuntos com foco em mulheres, da mesma maneira que os homens possivelmente encontram muito mais barreiras nesse aspecto, já que são temáticas pelas quais, em tese, eles não dominam. Assim, as questões de gênero precisam acompanhar a formação e o trabalho de todas as jornalistas e os jornalistas, independente do gênero e da área de trabalho no mercado do jornalismo.

REFERÊNCIAS

ABREU, Alzira Alves de; ROCHA, Dora (Org.). **Elas ocuparam as redações**: depoimentos ao CPDOC. Rio de Janeiro: FGV, 2006.

AMORIM, Janaina Lopes de. **O corpo está no contrato?** Estudo sobre as ocorrências de assédio sexual contra mulheres jornalistas nas redações de Imperatriz. 2021. 119f. Dissertação (Mestrado) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade Federal do Maranhão, Imperatriz, 2021. Disponível em: <https://tedebc.ufma.br/jspui/handle/tede/4185>. Acesso em: 16 out. 2024.

BANDEIRA, Ana Paula Bornhausen da Silva. Jornalismo feminino e jornalismo feminista: aproximações e distanciamentos. **Vozes e Diálogo**, Itajaí, v.14, n.2, p.190-199, 2015. DOI: https://doi.org/10.14210/vd.v14n02.p%25p

BANDEIRA, Maurício (Coord.). **Perfil Racial da Imprensa Brasileira**. Jornalistas&Cia; Portal dos Jornalistas; Instituto Corda, 2021.

CHAHER, Sandra. Transversalización del enfoque de género. In: CHAHER, Sandra; SANTORO, Sonia (Org.). **Las palabras tienen sexo**: introducción a un periodismo con perspectiva de género. Buenos Aires: Artemisa Comunicación Ediciones, 2007. p. 125-136.

DUARTE, Constância Lima. Imprensa feminina e feminista no Brasil: nos primórdios da emancipação. **Revista XIX**, Brasília, v.1, n.4, p.95-105, 2017. Disponível em: https://periodicos.unb.br/index.php/revistaXIX/article/view/21741

EDDY, Kirsten; SELVA, Meera; NIELSEN; Rasmus Kleis. **Women and Leadership in the News Media 2022**: evidence from 12 Markets. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism, 2022.

FIGARO, Roseli. Atividade de comunicação e trabalho dos jornalistas. **E-Compós**, Brasília, v. 16, n. 1, p. 1-20, 2013. DOI: https://doi.org/10.30962/ec.855

KASSOVA, Luba. **The missing perspectives of women in News**. AKAS, 2020. Disponível em: <https://www.iwmf.org/wp-content/uploads/2020/11/2020.11.19-The-Missing-Perspectives-of-Women-in-News-FINAL-REPORT.pdf>. Acesso em: 15 mar. 2022.

LEITE, Aline Tereza Borghi. Editoras, repórteres, assessoras e freelancers: diferenças entre as mulheres no jornalismo. **Cadernos de Pesquisa**, São Paulo, v.47, n.163, p.44-68, 2017. DOI: http://dx.doi.org/10.1590/198053143810

LIMA, Samuel Pantoja *et al.* (Coord.). **Perfil do jornalista brasileiro 2021**: características sociodemográficas, políticas, de saúde e do trabalho. Florianópolis: Quorum Comunicação, 2022.

MANO, Maíra Kubík Taveira. De um jornalismo sexista a um jornalismo com perspectiva de gênero. **Lutas Sociais**, São Paulo, v.21, n.39, p.9-20, 2017. DOI: https://doi.org/10.23925/ls.v21i39.35874

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de metodologia científica**. 5 ed. São Paulo: Atlas, 2003.
MAZOTTE, Natália; TOSTE, Verônica (Coord.). **Mulheres no jornalismo brasileiro**. São Paulo: ABRAJI, 2017.

MICK, Jacques; LIMA, Samuel. **Perfil do Jornalista Brasileiro**: características demográficas, políticas e do trabalho jornalístico em 2012. Florianópolis: Insular, 2013.

NOVELLI, Ana Lucia Romero. Pesquisa de opinião. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (Org.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2005. p.165-179.

ONU. **Declaração e Plataforma de Ação da IV Conferência Mundial Sobre a Mulher**. Pequim: Organização das Nações Unidas, 1995. Disponível em: <http://www.onumulheres.org.br/wp-content/uploads/2015/03/declaracao_pequim1.pdf>. Acesso em: 11 jun. 2022.

RIOS, Aline de Oliveira *et al*. **Mães jornalistas e o contexto da pandemia**. Comissão Nacional de Mulheres da FENAJ (com colaboração dos Sindicatos de Jornalistas). Brasília: FENAJ, 2020. Disponível em: <https://fenaj.org.br/wp-content/uploads/2020/08/PESQUISA-MULHERES-JORNALISTAS-NA-PANDEMIA-WEB.pdf>. Acesso em: 15 out. 2024.

ROCHA, Paula Melani; SOUSA, Jorge Pedro. O mercado de trabalho feminino em jornalismo: análise comparativa entre Portugal e Brasil. **Impulso**, Piracicaba, v.21, n.51, p.7-18, 2011. DOI: https://doi.org/10.15600/2236-9767/impulso.v21n51p7-18

SILVA, Marcia Veiga da. **Masculino, o gênero do jornalismo**: um estudo sobre os modos de produção das notícias. 2010. 249f. Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2010.

SOUSA, Nayara Nascimento de; TAVARES, Camilla Quesada. Explorando la evidencia de las asimetrías raciales en la feminización del periodismo brasileño. **Investigación&Desarrollo**, Barranquilla, v.31, n.2, p.112-138, 2023. DOI: https://doi.org/10.14482/INDES.31.02.410.639

VECCHIO-LIMA, Myrian Del; SOUZA, Humberto Cunha Alves de. Espaços alternativos na internet como formas de visibilizar as mulheres no jornalismo brasileiro. **Media&Jornalismo**, Portugal, v.17, n.31, p.131-152, 2017. DOI: https://doi.org/10.14195/2183-5462_31_9

WOITOWICZ, Karina Janz. Páginas que resistem: A imprensa feminista na luta pelos direitos das mulheres no Brasil. In: VI CONGRESSO NACIONAL DE HISTÓRIA DA MÍDIA, 6., 2008, **Anais eletrônicos...** Niterói: UFF, 2008.

O(s) autor(es) é(são) responsável(is) pela fidedignidade dos dados apresentados.

AS ENCHENTES DE MAIO DE 2024 NO RIO GRANDE DO SUL ENQUANTO ACONTECIMENTO JORNALÍSTICO

Laurent de Lima Keller[1]
Rejane de Oliveira Pozobon[2]

RESUMO

Pautadas sob diversos recortes discursivos, as enchentes de maio de 2024 no RS despertam-nos interesse em compreender por meio de quais características esse evento climático extremo passou de fato cotidiano para acontecimento de relevância à imprensa. Para atingir tal objetivo, realizamos revisão bibliográfica dos elementos constituintes de um acontecimento. Como resultado, encontramos quatro características, que auxiliar-nos-ão, no futuro, a observar a formulação discursiva acerca dessa pauta.

Palavras-chave: Acontecimento jornalístico; Enchentes no Rio Grande do Sul; Evento climático extremo; Cobertura Jornalística.

THE FLOODS OF MAY 2024 IN RIO GRANDE DO SUL AS JOURNALISTIC OCCURRENCE

ABSTRACT

The floods of May 2024 in Rio Grande do Sul, which were covered in various discursive sections, aroused our interest in understanding the characteristics of this extreme climatic event, which went from being just any event to one of relevance to the press. To achieve this goal, we carried out a literature review of the constituent elements of an occurrence. As a result, we found four characteristics that will help us in the future to observe the discursive formulation of this agenda.

Keywords: Journalistic occurrence; Floods in Rio Grande do Sul; Extreme weather event; Journalistic coverage.

INTRODUÇÃO

Em maio de 2024, o Rio Grande do Sul (RS) foi atingido por volumes de chuva acima do comum, resultando em enchentes, destruições e perdas humanas por todo estado. Consequentemente, a tragédia passou a ser pautada a todo momento no decorrer de maio, sob diversos recortes discursivos. A partir deste panorama, interessamo-nos em compreender

[1] Acadêmica de Graduação em Comunicação Social – Jornalismo na Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), e-mail: laurent.keller@acad.ufsm.br.
[2]Professora Titular do Departamento de Ciências da Comunicação e docente do Programa de Pós-graduação em Comunicação da UFSM. Doutora em Ciências da Comunicação pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos, Mestre em Educação pela UFSM, Bacharel em Jornalismo pela UFSM e Bacharel em Relações Públicas pela UFSM, e-mail: rejanepozobon@gmail.com.

por meio de quais características esse evento climático extremo passou de um fato qualquer para um acontecimento de ampla relevância aos veículos jornalísticos. Para atingir tal objetivo, o trabalho se compôs metodologicamente por uma revisão bibliográfica de uma série de autores em torno dos elementos constituintes de um acontecimento, para então ser possível traçarmos um panorama dos aspectos mais relevantes para que nosso objeto de estudo seja compreendido como tal. Dos resultados mais significativos, sobressaíram-se características como o alto nível de afetação (Charaudeau, 2013) dos cidadãos, principalmente gaúchos, com o ocorrido; a conexão que a pauta implementou entre atualidade e memória (Pêcheux, 1983, *apud* Oliveira; Cortes, 2023); a opacidade (Pêcheux, 1983, *apud* Oliveira; Cortes, 2023) do acontecimento, por conta de o evento englobar um conjunto de fatos tão complexo que permite diversas abordagens diferentes; e a ruptura da normalidade (Queré, 2005, *apud* França; Almeida, 2008), já que as enchentes de maio provocaram um rompimento no mundo como conhecemos. Compreender as características que tornam as enchentes de maio um acontecimento auxiliar-nos-á, em trabalhos posteriores, a observar como os discursos acerca desta pauta se formularam. Assim, este texto se fará relevante como base para análise de outros eventos climáticos extremos, que têm se tornado rotineiros a nível global.

MAIO DE 2024 NO RS

O mês de maio de 2024 no Rio Grande do Sul (RS) iniciou com alertas meteorológicos da Defesa Civil do RS (2024) do estado indicando volumes de chuva altos e risco de granizo e alagamentos para as regiões Sul, Oeste, Noroeste, das Missões e da Campanha, parte significativa do RS. Ainda ao final de abril, diversas cidades encaravam cenários de destruição que se multiplicaram pelo RS como um todo no decorrer de maio. As chuvas intensas começaram por Santa Cruz do Sul, na Região dos Vales, em 27 de abril e se estenderam por cerca de 10 dias sem parar. Consequentemente, as bacias dos rios Taquari, Caí, Pardo, Jacuí, Sinos e Gravataí encherem além de suas limitações, transbordando aos municípios próximos. Ainda pela manhã do dia primeiro de maio, o balanço das enchentes da Defesa Civil do RS (2024) já indicava que 107 municípios estavam afetados, cerca de três mil pessoas desalojadas, 21 desaparecidos e 10 óbitos. Com os números citados, já era possível compreender que o estado estava passando por uma catástrofe e que, nos próximos dias, o cenário iria piorar, uma vez que as previsões de chuva para as demais regiões eram crescentes

e com índices pluviométricos mais altos que o normal para o período, conforme indicava o Instituto Nacional de Meteorologia, INMet (2024):

> até o dia 5 de maio, são previstos ventos fortes com rajadas acima dos 60 km/h, ocorrência de descargas elétricas, possível queda de granizo e chuvas ainda volumosas podendo superar os 100 milímetros (mm) entre o norte do estado gaúcho e o sul de Santa Catarina.

Nos primeiros dias de maio, as chuvas atingiram principalmente cidades da região central, como Santa Maria, que ainda no dia 30 de abril, registrava uma morte e diversos pontos de alagamento, resultando, inclusive, em uma ponte destruída. Somado aos estragos, a cidade, assim como as outras atingidas posteriormente, sofreu com falta de energia elétrica e água por dias em várias localidades, além de escassez de produtos nos mercados e gasolina nos postos de abastecimento em decorrência da dificuldade de acesso às cidades por rodovias. Tal dificuldade se estabeleceu porque as estradas estavam com pontos interditados, seja por algum deslizamento de terra que atingiu a via, ou por destruição de parte do trajeto ou ponte, nível de destruição difícil de acreditar ser provocado pelos efeitos d'água. Contudo, é preciso levar em consideração a quantidade anormal de chuvas que atingiram o RS. Em 10 dias (entre 26 de abril e cinco de maio), Santa Maria, Caxias do Sul e Porto Alegre registraram mais de 400 mm de chuva cada, enquanto, de acordo com o INMet (2024), a média esperada para abril inteiro era de cerca de 100 mm.

A partir desses números, é possível que surja o questionamento de por que choveu tanto em um período de tempo tão curto. A principal resposta por especialistas no assunto indica que houve uma junção de fatores: o principal deles corresponde ao bloqueio da passagem da frente fria do RS para o centro do país, por conta de uma onda de calor de alta pressão localizada naquela região, que forma ar seco e quente que, por sua vez, impede o avanço da frente fria. Outro aspecto influente no volume de chuvas é a fase final do El Niño, fenômeno ‘’caracterizado pelo aquecimento anormal e persistente da superfície do Oceano Pacífico na linha do Equador’’, conforme indica o INMet (2024). Como efeito, o El Niño provoca anomalias nos índices pluviométricos no decorrer do ano, com períodos de chuvas escassas em parte do país e abundantes em outras regiões, assim como ocorrido entre outubro e dezembro de 2023, quando o sul foi atingido com muitas chuvas enquanto o restante do Brasil sofria com a seca. Para agravar a situação, havia um corredor de umidade vindo da Amazônia, que intensificou as chuvas. Além destes fatores, o meteorologista e coordenador-geral de

Operação e Modelagem do Centro Nacional de Monitoramento e Alertas de Desastres Naturais (Cemaden), Marcelo Seluchi, em entrevista à TV Brasil (2024), destacou que as mudanças climáticas podem ter também impactado no volume de chuvas, já que tornam os oceanos mais quentes a ponto de produzirem mais vapor para a formação de chuvas.

Como consequência dos altos níveis de chuva, os corpos d'água enchem, o que é um processo natural, e, se o seu entorno não é bem projetado e preparado, transbordam, causando alagamentos e enchentes nas cidades. Implementar mecanismos que suportem e absorvam grandes volumes de chuva é uma forma de amenizar os seus possíveis efeitos, como é o caso da drenagem pluvial, por exemplo, que consiste em um sistema de escoamento, com canaletas e galerias, que capta a água da chuva, armazena e encaminha para desaguar nos cursos d'água adequados. Com tal modelo de drenagem, a erosão do solo é amenizada e, consequentemente, o risco de deslizamentos de terra, fenômeno comum de ocorrer em períodos de fortes chuvas, é menor. Cidades da Região da Serra, por exemplo, poderiam ter sido menos destruídas caso houvesse um preparo maior para chuvas, pois, além de enchentes, houveram estragos causados por deslizamentos de terra. Além disso, pensando a longo prazo, especialistas indicam o reflorestamento das margens de rios como forma de minimizar os efeitos das chuvas volumosas, pois assim a permeabilidade d'água aumenta, dentre outras possibilidades que vão ao encontro da ideia de aumentar o escoamento d'água, para, consequentemente, não resultar em enchentes.

Retornando para a cronologia dos fatos, no dia 2 de maio, os alertas meteorológicos se estenderam para a região metropolitana de Porto Alegre, pois o nível do Lago Guaíba estava prestes a transbordar para a cidade, e a região serrana, entre Cotiporã e Bento Gonçalves, onde fica a Usina Hidrelétrica 14 de Julho, que se rompeu. Neste ponto, as regiões mais propícias a serem inundadas foram evacuadas, assim como foi feito nas demais localidades afetadas do estado, na tentativa de evitar óbitos, tanto por decorrência dos alagamentos, quanto de deslizamentos de terra. Aliada à evacuação de pessoas e animais, foram retirados móveis e demais pertences dos cidadãos nos locais em que havia tempo para isso. Na capital gaúcha, diversos pontos foram afetados, incluindo locais que formam a identidade de Porto Alegre, como o centro histórico, com o Mercado Público, a Casa de Cultura Mário Quintana, a Usina do Gasômetro e o Museu de Artes do Rio Grande do Sul (Margs), além dos estádios do Grêmio e Internacional, da Rodoviária e do Aeroporto Salgado Filho, o principal do RS. Em seis de maio, para se ter uma ideia, o nível do Guaíba atingia 5,33 metros, sendo que o limite do

muro de contenção Mauá é de 3 metros. Portanto, a principal cidade do estado, considerada polo de inovações, ficou submersa. Segundo informações do dia 24 de maio,

> a prefeitura da Capital confirma que houve problemas nas zonas Central, Norte e Sul, em bairros como Centro Histórico, Menino Deus, Cidade Baixa, Praia de Belas, Ipanema, Cavalhada, São Geraldo, Moradas da Hípica, Santa Fé e Restinga – as áreas afetadas ainda estão sendo contabilizadas (G1, 2024).

O estrago em Porto Alegre poderia ter sido menor se os sistemas de escoamento estivessem com a manutenção em dia, segundo informam especialistas. Contudo, os diques e comportas desenvolvidos para impedir enchentes apresentavam brechas pelas quais a água entrou; e das 23 casas de bombeamento, que deveriam expulsar a água da parte urbana da cidade, apenas quatro não apresentaram falhas de funcionamento. Aquelas que estavam funcionando precisaram ser desligadas quando o nível d'água atingiu a parte elétrica dos equipamentos, conforme foi apresentado pelo Jornal Nacional (2024).

É válido citar que, especialmente na Região Metropolitana, mas em menor nível em outras localidades, os moradores de áreas afetadas precisaram se preocupar com possíveis assaltos a suas residências, mesmo com elas estando submersas. Alguns cidadãos se organizaram em vigílias noturnas para tentar proteger o pouco que lhes sobrou de pertences.

No decorrer da segunda e terceira semana de maio, o risco de alagamento se estendeu para outras localidades do RS, como a Região Sul, que inclui Pelotas, São Lourenço do Sul e Rio Grande. As três cidades citadas localizam-se próximas à Lagoa dos Patos, cujo nível d'água estava subindo, por causa das chuvas que não cessavam e do recebimento do volume pluvial do Lago Guaíba, que escoa na Lagoa dos Patos. Infelizmente, os alertas de inundações também se confirmaram nessas localidades.

Ao final do mês, dia 31 mais especificamente, a Defesa Civil (2024) informou que, dos 497 municípios, 473 foram afetados de alguma forma pelas chuvas, mais de 39 mil pessoas estavam em abrigos e 580 mil desalojadas; 806 pessoas ficaram feridas, 44 estavam desaparecidas e 169 morreram; e mais de 77 mil pessoas e 12 mil animais foram resgatados. Ao todo, mais de dois milhões de gaúchos foram afetados, número bastante significativo considerando que o estado tem 11,3 milhões de habitantes.

Em meados de maio, as chuvas deram trégua, porém o frio se agravou, registrando temperaturas próximas a zero grau em muitas cidades, o que foi um desafio a mais para quem

perdeu tudo nas chuvas, inclusive cobertas e roupas de frio, e precisou contar com a solidariedade das pessoas para receberem doações.

Por todo o estado as administrações municipais organizaram abrigos para os atingidos pelas chuvas, em locais por vezes improvisados, como em quadras esportivas, igrejas e centro de eventos, contando com a ajuda de voluntários para organizar os espaços e até mesmo ceder abrigo à população. Voluntários, inclusive famosos, vieram de longe colaborar, e doações foram feitas até de fora do Brasil, demonstrando o tamanho da tragédia e da repercussão que o ocorrido ganhou.

COBERTURA JORNALÍSTICA

Ao observarmos o acontecimento enchentes de maio de 2024 no RS e os desdobramentos que causou em diferentes âmbitos, é possível enquadrá-lo como um evento climático extremo, conforme conceitua Amaral, Loose e Girardi (2020, p. 27):

> eventos extremos são considerados os grandes desvios de um estado climático moderado, sendo um aspecto integrante da variabilidade climática. Os principais tipos de fenômenos extremos podem ter causas naturais, bem como há registro de aumento na frequência e intensidade desses como resultado da mudança climática e de ações antropogênicas. Quando eventos extremos ocorrem em áreas vulneráveis ou de risco podem se transformar em desastres.

Conforme explicado pelas autoras, eventos climáticos extremos são causadores potenciais de desastres, tal qual aconteceu durante as enchentes: as cheias foram tão volumosas que atingiram áreas urbanas não preparadas para este tipo de ocorrência, provocando, consequentemente, estragos em residências, inutilização de espaços, perdas humanas, dentre outros prejuízos citados anteriormente neste trabalho.

Posto isso, analisar a cobertura jornalística do nosso objeto de estudo exige que, primeiramente, compreendamos como a segmentação do Jornalismo Ambiental brasileiro tem realizado a cobertura de eventos extremos.

Para a cobertura de eventos climáticos extremos é necessário que seja adotada uma linguagem acessível, para que os leitores entendam explicações técnicas sobre os eventos climáticos, sobre o que são tais fenômenos, como e por que ocorrem, assim como é preciso implementar uma visão multidisciplinar em torno da pauta, em que se inclua o seu contexto de desenvolvimento, desdobramentos e até possíveis soluções e formas de evitar sua repetição futura. ‘’A fragmentação imposta pelo sistema de produção jornalística fragiliza a

cobertura de temas ambientais'' (Bueno, 2007, p. 36). Isso porque uma visão centrada no clímax do evento, ou seja, no desastre central, impõe limites na compreensão do público acerca do acontecimento macro, pois deixa de apresentar formas de evitar a repetição do evento, caso seja provocado por ação humana, e impede que se saiba o papel do Estado em recompor as cidades pós desastre, por exemplo. Cabe à cobertura jornalística de eventos climáticos extremos, portanto, apresentar uma abordagem plural e diversificada dos acontecimentos, por meio de fontes que representem essa variedade de visões e entendimentos acerca de um evento.

Para cobrir um acontecimento desastroso como as enchentes de maio, é necessário, além de fontes científicas que expliquem o funcionamento da fenomenalidade ocorrida, fontes que tenham testemunhado o acontecimento, fontes que tenham sido vítimas do ocorrido, fontes que proponham soluções para os desastres provocados pelo evento em questão, dentre outras possibilidades. Entretanto, a importância de incluir não somente fontes oficiais e científicas não significa pautar eventos climáticos extremos apenas sob um ponto de vista espetaculoso, que explore o sofrimento de quem é afetado pelos desastres ambientais. Por decorrência disso, Quevedo e Amaral (2024, p. 190) lembram da responsabilidade ética que cabe aos jornalistas desempenham ao realizarem uma cobertura, visto que sim, é importante trazer perspectivas dos cidadãos comuns para as pautas, principalmente aqueles que são diretamente afetados pelos eventos climáticos extremos. Contudo, os jornalistas devem ter um olhar sensível para saber identificar os limites para incluir relatos de testemunhas e reconstrução dos acontecimentos, considerando que ''pela forma que narram, [podem] re-traumatizar ainda mais os afetados'' (Quevedo; Amaral, 2024, p. 190). Logo, deve-se ter em mente durante uma cobertura jornalísticas até que ponto o apelo ao emocional está sendo implementado para mobilizar e sensibilizar o público a voltar seus olhares ao acontecimento, e quando ele passa a ser uma ferramenta de engajamento midiático, via espetacularização e sensacionalismo do evento climático extremo.

A partir desta teorização, inicialmente, ao final de abril e primeiros dias de maio, a cobertura das enchentes se limitava aos meios de comunicação locais, como o Grupo RBS e os veículos de abrangência regional. Nesse período, empresas de alcance nacional tratavam o caso com pouco destaque, considerando o tamanho da tragédia que estava ocorrendo. Essa percepção foi se alterando na medida em que as enchentes atingiam mais lugares e causavam mais estragos, especialmente na Região Metropolitana, que ganhou mais espaço na mídia que

as demais regiões. Por volta da segunda semana de maio, quando o caos estava generalizado pelo RS, a mídia já se voltava com muito mais ênfase e espaço para a cobertura das inundações. Veículos gaúchos cediam a maior parte das suas programações à cobertura das enchentes, com atualizações a todo momento. Na RBS TV, por exemplo, o Jornal do Almoço ganhou mais tempo de duração, para realizar a cobertura exclusiva da tragédia; e o Globo Esporte deixou de ir ao ar, também para destinar mais tempo de tela ao assunto do momento. O Jornal Nacional, um dos programas televisivos de maior alcance do Brasil, passou a ser apresentado por William Bonner diretamente de Porto Alegre por mais de uma semana. O jornal norte-americano *The New York Times*, um dos maiores veículos de comunicação do mundo, destacou as enchentes em sua capa. Outros veículos internacionais, como o argentino *Clarín*, o espanhol *El País* e o britânico *The Guardian*, também abordaram a pauta. Programas de entretenimento da Globo enviaram repórteres ao RS para mostrar a situação das cidades, deixando de lado o tom descontraído de suas programações. Em meados de maio, não é exagero dizer que os olhos da imprensa estavam voltados para o Rio Grande do Sul.

Naturalmente, como ocorre com qualquer pauta, no decorrer do restante do mês o assunto foi, aos poucos, perdendo força para outras temáticas, mas, ainda assim, protagonizou notícias e reportagens diariamente no jornalismo brasileiro, até o fim de maio, recorte temporal adotado para este trabalho.

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A fim de compreender a partir de quais aspectos o evento climático extremo em questão se estabeleceu como acontecimento, realizamos uma pesquisa qualiquantitativa, partindo de uma revisão bibliográfica de autores que conceituam, por meio de diferentes perspectivas, a ideia de acontecimento. A partir desta verificação de conceitos, estabelecemos cinco aspectos que acreditávamos corresponderem ao modo com que nosso objeto de estudo se formulou enquanto acontecimento.

Com o intuito de comprovar se tais características realmente se efetivaram na pauta enchentes de maio, desenvolvemos primeiramente um levantamento das publicações feitas pelos jornais virtuais GZH e Folha de São Paulo no decorrer de maio. A escolha pelos veículos citados para análise se deu levando em consideração veículos com atuação *online* e relevância, tanto para a pauta em questão, quanto para a abrangência nacional. O Jornal GZH é o maior jornal do estado gaúcho e ocupa o quinto lugar no ranking nacional, enquanto a Folha de São

Paulo desponta como o principal site de notícias brasileiro, com bastante discrepância para o segundo colocado. Para alcançarmos o objetivo de desenvolver o levantamento, realizamos uma listagem com as matérias publicadas entre o dia primeiro e 31 de maio de 2024 no site de cada veículo, destacando a editoria a qual cada publicação pertence. A fim de elencarmos somente notícias vinculadas ao nosso objeto de estudo, utilizamos como *tag* no buscador dos sites 'chuva no RS'. Em seguida, analisamos o teor discursivo das notícias feitas, sua veiculação editorial e o volume de publicações em cada um dos veículos.

O QUE É UM ACONTECIMENTO JORNALÍSTICO?

Para que seja possível realizarmos a análise das características relacionadas à cobertura das enchentes de maio de 2024 no RS, que a configuram como acontecimento, é preciso primeiramente compreender o que é um acontecimento. Essencialmente, ele depende do contexto de envolvimento individual com as pessoas para ganhar significado e relevância, ou seja, seu nível de afetação. Se ocorre um acidente de carro, por exemplo, para os envolvidos na tragédia, esse fato será de grande importância, uma vez que as consequências a tais pessoas envolveria prejuízos materiais e financeiros, além de possíveis problemas de saúde física e mental; já para a população que utiliza a via na qual aconteceu o acidente, a preocupação seria em torno dos transtornos causados ao trânsito no local; e considerando o restante dos cidadãos do município em que o sinistro ocorrera, a relevância deste fato seria muito inferior, talvez até nenhuma. Desse modo, o ''acontecimento se encontra nesse 'mundo a comentar' como surgimento de uma fenomenalidade que se impõe ao sujeito, em estado bruto, antes de sua captura perceptiva e interpretativa'' (Charaudeau, 2013, p. 95). A partir desse panorama, entende-se que a transição de fato para acontecimento se forma por meio do recorte que é feito do fato, que, por sua vez, depende das circunstâncias de conexão entre fato e indivíduo.

Sob uma perspectiva complementar, o pensador francês Michel Pêcheux (1983, *apud* Oliveira; Cortes, 2023, p. 496) enxerga o acontecimento como um conectivo entre a atualidade e a memória coletiva, esta última compreendida a partir de suas diversas vertentes, como memória mítica, social e histórica. Dessa maneira, os acontecimentos e questões do passado acionados à memória do sujeito por ocorrência de um fato qualquer, em conjunto com suas circunstâncias particulares de vida, acabam por influenciar no modo que este fato se formulará enquanto acontecimento para essa pessoa. Consequentemente, é inevitável que

tais fatores influenciem no modo com que o acontecimento é traduzido em discurso aos receptores, afinal essa ação depende das escolhas discursivas feitas pelo emissor, que por sua vez depende de como o fato foi interpretado.

Portanto, existe uma relação inerente entre acontecimento e discurso, pois ‘’o acontecimento não significa em si. O acontecimento só significa enquanto acontecimento em um discurso (Charaudeau, 2013, p. 131-132)’’. Logo, ele sempre é transmitido imerso às moldagens as quais foi inserido.

> O acontecimento nunca é transmitido à instância de recepção em seu estado o bruto; para sua significação, depende do olhar que se estende sobre ele, olhar de um sujeito que o integra num sistema de pensamento e, assim fazendo, o torna inteligível (Charaudeau, 2013, p. 95).

É em consonância a isso que Pêcheux (2008 [1983], p. 19-20, *apud* Dela-Silva, Carneiro, 2023, p. 5) explora o conceito de opacidade do acontecimento enquanto discurso. Essa ideia diz respeito à complexidade dada a um fato para que ele se torne acontecimento, por intermédio das diferentes possibilidades discursivas desenvolvidas pelos veículos jornalísticos. Como exemplo, Dela-Silva e Carneiro (2023) citam Pêcheux em relação à vitória de François Mitterrand na eleição para presidente ocorrida na França em 1981:

> É em torno do modo como esse acontecimento político e histórico do resultado de um pleito eleitoral no cenário francês comparece na mídia que se localiza a reflexão proposta por Pêcheux, que aponta para o modo como “o acontecimento jornalístico e da mass-media que remete a um conteúdo sócio-político ao mesmo tempo perfeitamente transparente” pode ser também “profundamente opaco” (Pêcheux, 2008 [1983], p. 19-20). Isso porque, conforme aponta o autor, associado às evidências das tabelas e dos percentuais resultantes da apuração dos votos, encontram-se embates discursivos que levam a formulações variadas, tais como: “F. Mitterand é eleito presidente da República Francesa”; “A esquerda francesa leva a vitória eleitoral dos presidenciáveis”; “A coalizão socialista-comunista se apodera da França” (Pêcheux, [1983] 2008, p. 20), por exemplo. A evidência do fato político da vitória eleitoral torna-se opaca no confronto discursivo que faz desse “fato” um acontecimento jornalístico (Pêcheux, 2008 [1983], p. 19-20, *apud* Dela-Silva; Carneiro, 2023, p. 5).

No mesmo sentido em que a memória provoca opacidades ao acontecimento, ela também permite que os novos acontecimentos acabem por apresentar desdobramentos ou inaugurar discussões em torno de acontecimentos passados. Então, por mais que o acontecimento dependa do sujeito que o interpreta para ser, pois se não houver sujeito não há discurso, logo, não há acontecimento, conforme dito por Charaudeau (2013); Pêcheux (2008 [1983], *apud* Dela-Silva, Carneiro, 2023) compreende que o acontecimento extrapola o

sujeito interpretante, uma vez que se insere em uma trama discursiva complexa estabelecida socialmente, que independe das particularidades de quem primeiro interpretou o fato como acontecimento, permitindo que sejam feitas modificações na compreensão feita sobre acontecimentos passados.

Nesse processo de ‘’fragmentação semântica do mundo’’ (Charaudeau, 2013, p. 94), os acontecimentos, além de dependerem do envolvimento com o emissor e da memória para serem o que são, precisam implementar alterações na sociedade como o conhecemos. Segundo Quéré, o acontecimento nasce sempre de um desequilíbrio na ordem vigente do mundo: ‘’têm natureza acontecimental aqueles eventos que instauram uma ruptura na sequência normal das coisas no mundo, que introduzem descontinuidade ou desordem naquilo que era outrora ordenado’’ (2005, *apud* França; Almeida, 2008, p. 6). Contudo, vale ressaltar que um acontecimento pode ser esperado e até planejado (Rodrigues, 2021), pois do mesmo modo ele é capaz de instaurar descontinuidades e modificações nas perspectivas de acontecimentos passados, como é o caso de eventos de nível nacional ou até internacional que ocorrem periodicamente. A partir desse panorama, Queré (2005, p. 66) desenvolve o conceito de processo de individuação, que indica etapas para que um acontecimento se diferencie dos demais já existentes, com base nos aspectos ligados à publicização e à recepção pública do acontecimento (França, 2011, p. 69):

1) descrição do acontecimento a partir da escolha dos quadros de sentido: os acontecimentos se enquadram em quadros de sentido já estabelecidos na memória coletiva para que os indivíduos sejam capazes de identificar a situação e organizar suas reações, conforme o quadro de sentido os orientar, situando o acontecimento no tempo e espaço;
2) narrativização do acontecimento: forma-se a partir do enquadramento feito de início, junto ao contexto histórico prévio a ele, que, por sua vez, se estabelece apenas quando este novo acontecimento surge, conforme Queré (2005);
3) reação dos receptores: as formas com que os receptores assimilam o acontecimento e tomam ações a partir dele colaboram com a singularização do acontecimento, afinal

> [os acontecimentos] são relativos ao que nós somos, às nossas capacidades e ao nosso sentido do possível, à maneira como somos afetados e ao nosso poder de resposta, aos nossos hábitos e à nossa sensibilidade. [...] Configuram-se em função

> do que lhes fazemos, da forma como lhes respondemos e como deles nos apropriamos (Queré, 2005, p. 68).

4) problematizações públicas: relaciona-se à forma com que o acontecimento se insere em pautas públicas, sejam elas já existentes ou criadas a partir do contexto do novo acontecimento;
5) normalização do acontecimento: relativo à etapa de assimilação coletiva do acontecimento; quando é comparado a acontecimentos anteriores similares ou compreendido como previsível, por exemplo. Essa etapa final busca interromper o mais rápido possível a descontinuidade provocada pelo acontecimento, porque o homem tenta manter a continuidade da normalidade pelo maior tempo possível, segundo Queré (2005, p. 61):

> restauramos a continuidade no momento em que a ruptura se manifestou, ligando a ocorrência do acontecimento a um passado de que ele é o ponto de chegada ou incluindo-o num contexto no qual ele se integra coerentemente e surge como, afinal, previsível.

Para esclarecer o conceito, vamos exemplificar com o caso das enchentes de maio, ocorridas no Rio Grande do Sul: o acontecimento insere-se no mesmo quadro de sentido que outros eventos climáticos extremos ocorridos no Brasil anteriormente, o que impacta na maneira com que o caso seria narrado: com ênfase em possíveis falhas na manutenção da infraestrutura das cidades afetadas; aliado a questões relacionadas às mudanças climáticas à negligência governamental, aspectos incluídos no contexto que abarca o fato. Como reação do público receptor, o acontecimento se individualizou muito por meio da quantidade de manifestações ocorridas e conteúdos criados em decorrência do acontecimento. Já quanto às problematizações, o acontecimento conecta-se a lutas ambientais e, principalmente, reacende discussões sobre o impacto das mudanças climáticas na sociedade. Por fim, o acontecimento deixa de ser pautado com tanta ênfase quando as consequências do acontecimento começam a se resolver, passando ao processo de normalização e aceitação da sociedade.

Mediante tal conceituação, compreende-se que o acontecimento não se finda na modulação feita pelo emissor do fato, pois ele é recortado por quem o comunica à sociedade, como jornalistas. Ou seja, os comunicadores fazem uma nova significação em cima do acontecimento estabelecido inicialmente pelo emissor, por meio dos seus interesses e

objetivos em pautar aquele acontecimento. No caso da pandemia, para exemplificar, em dado momento, a fala do ex-presidente Bolsonaro ‘’é só uma gripezinha’’, para se referir aos efeitos da covid-19, tornou-se um acontecimento relevante de ser publicizado. Contudo, havia diferentes formas de abordá-lo: por um lado, era possível dizer que a fala dele buscava tranquilizar a população que estava muito aflita pela doença; por outro, a fala de Bolsonaro foi condenada como um desrespeito e menosprezo à dor das famílias que sofreram perdas para a doença. Cada interpretação segue um ponto de vista e um intuito diferente, ainda que os veículos jornalísticos defendam uma posição de neutralidade em relação aos fatos, conforme explana Luciana Vinhas (2023) sobre as ideias apresentadas por Dela-Silva:

> enquanto linguagem, o dizer jornalístico não traz consigo o fato, mas um gesto de interpretação do mesmo. A imprensa, mais que simplesmente narrar acontecimentos e servir de suporte para tais narrações, produz sentidos para os acontecimentos que elege como de destaque em um momento dado (Vinhas, 2023, p. 239).

Entende-se, portanto, que os acontecimentos podem ser atingidos por uma série de interpretações diversificadas (que, dentre outras tantas possibilidades, podem enfatizar, dramatizar ou ofuscar a narrativa do acontecimento) para, posteriormente, serem reverberados por quem os recebe, como indica Charaudeau (2013, p. 96):

> o olhar que estrutura o acontecimento é também duplo: o olhar do sujeito ao produzir o ato de linguagem que transforma o acontecimento bruto em acontecimento significante, e o olhar do sujeito interpretante que reestrutura o acontecimento previamente significado, segundo sua própria competência de inteligibilidade.

Nesse sentido, ‘’não há captura da realidade empírica que não passe pelo filtro de um ponto de vista particular, o qual constrói um objeto particular que é dado como um fragmento do real’’, reforça Charaudeau (2013, p. 130). Assim sendo, o acontecimento para ser o que é depende da compreensão e interpretação elaboradas pelo receptor, que, por sua vez, está submetido à carga educativa, cultural e social a qual está imerso. Em função disso, a recepção não pode ser encarada sob a ótica da passividade, como alegava Lasswell com a teoria da agulha hipodérmica[3].

[3] Teoria desenvolvida por Harold Lasswell sobre a capacidade de penetração massiva de uma mensagem nos indivíduos receptores, que assimilaram a mensagem todos da mesma forma, sem que haja resistência ou questionamentos; tal como se fosse uma agulha que penetra a camada cutânea de uma pessoa sem dificuldades.

‘’O espectador não recebe passivamente aquilo que aquele que criou pretende que ele receba, justamente porque toda a recepção é produção de sentido. Na recepção há interpretação e ação (Babo-Lança, 2013, p. 221)’’. Nesse sentido, é importante reforçar as ideias de Babo-Lança de que os públicos não são ingênuos perante as modulações dos acontecimentos. Pelo contrário, colaboram com seu processo de individuação.

E nesse processo que transforma um fato qualquer em acontecimento jornalístico, percebemos uma série de características importantes que singularizam um acontecimento dos demais, anexando-o em determinado ponto da história e memória social e não em outro. A fim de verificar a efetividade dos conceitos trabalhados neste capítulo, sintetizaremos, no próximo, tais características aplicadas em nosso objeto de estudo: as enchentes ocorridas em maio de 2024 no Rio Grande do Sul.

A CARACTERIZAÇÃO DAS ENCHENTES DE MAIO DE 2024 NO RS COMO ACONTECIMENTO JORNALÍSTICO

A partir de uma revisão bibliográfica de uma série de autores em torno do que culmina em um acontecimento (Charaudeau, 2013; Queré, 2005; Pêcheux, 1983, *apud* Oliveira; Cortes, 2023; Babo-Lança, 2013), traçamos como resultado desta pesquisa um panorama dos pontos mais relevantes para que nosso objeto de estudo se classifique como tal. Compreender as características que tornam as enchentes de maio de 2024 no RS um acontecimento auxiliar- nos-á, posteriormente, a observar como os discursos acerca desta pauta se formularam.

Conforme citado anteriormente, quase a totalidade (473 de 497 municípios) das cidades gaúchas foram atingidas pelas chuvas de maio, deixando, ao passar das enxurradas, estragos de longo prazo, alguns inclusive irreversíveis, como é o caso de famílias que perderam entes próximos. Nesse sentido, entende-se que o **nível de afetação** dos indivíduos que residem no Rio Grande do Sul com o ocorrido foi consideravelmente grande, uma vez que ou você foi afetado diretamente pelas chuvas por meio do alagamento de uma casa e dificuldade para se deslocar na sua cidade, ou conhece alguém que foi atingido de modo significativo, ou acompanhou compulsivamente notícias sobre os estragos provocados pelas chuvas.

Para além do povo gaúcho, os brasileiros do restante do país, enquanto cidadãos que compartilham de uma mesma nação, puseram-se no lugar daqueles que mais sofreram com as enchentes. Vale lembrar que, após o fato ter ganhado conhecimento geral, diariamente, no decorrer de maio, inúmeros veículos de relevância nacional pautaram a temática. A Folha de São Paulo, por exemplo, publicou 149 textos relacionados ao assunto, contribuindo para

que a afetação com o acontecimento em questão se expandisse cada vez mais entre os brasileiros, ainda que sob recortes diversificados, considerando a proximidade de cada um com o ocorrido.

Em relação à **dualidade temporal** a que Pêcheux (1983, *apud* Oliveira; Cortes, 2023) defende, sobre o acontecimento ser uma conexão entre a atualidade em que ocorre e o passado via memória, percebemos seu conceito se efetivando na realidade com o caso das enchentes de maio, visto as tantas comparações com tragédias passadas e levantamentos de dados antigos para justificar alguns dos problemas vinculados às chuvas. Para esse trabalho, trouxemos duas notícias que representam essa característica, uma da GZH, intitulada ‘’Muçum revive pesadelo em terceira enchente sucessiva: ‘’Estamos encurralados. Não tem como sair por cima, pelos deslizamentos, nem por baixo, porque alagou tudo’’[4] e outra da Folha de São Paulo, intitulada ‘’Rio Guaíba, em Porto Alegre, chega ao maior nível desde 1941’’[5].

Nota-se que, no caso das enchentes de maio, a interconexão entre atualidade e memória auxilia o receptor a dimensionar a grandiosidade da tragédia, pois, considerando a notícia da Folha, compreendemos que há quase 100 anos não ocorria cheia tão volumosa no rio Guaíba. Comparativos como esse são importantes para textos relacionados a eventos climáticos extremos, justamente por permitirem que, por meio do jornalismo, os indivíduos compreendam o contexto sob o qual o evento climático extremo vigente se desenvolveu. Afinal, cabe ao jornalismo ambiental, dentre outras demandas, educar a sociedade ambientalmente (Belmonte, 2020, p. 105).

Sem tal recurso discursivo, talvez não fosse possível alertar as pessoas sobre a gravidade dos acontecimentos. De modo semelhante, a notícia de GZH retoma um acontecimento do passado, mas um mais recente: as enchentes que atingiram Muçum em 2023. Neste caso, além de permitir que se compare a gravidade dos fatos, a notícia traz à tona a diminuição da distância temporal entre uma enchente e outra, ao relembrar das cheias ocorridas há menos de um ano antes da de maio. Tal destaque pode colaborar com o

[4] Disponível na íntegra em: https://gauchazh.clicrbs.com.br/geral/noticia/2024/05/mucum-revive-pesadelo-em-terceira-enchente-sucessiva-estamos-encurralados-nao-tem-como-sair-por-cima-pelos-deslizamentos-nem-por-baixo-porque-alagou-tudo-clvpfo8i701m3011whht35du1.html (acessado em 09/10/2024)

[5] Disponível na íntegra em: https://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/2024/05/rio-guaiba-em-porto-alegre-chega-ao-maior-nivel-desde-1941.shtml (acessado em 09/10/2024)

desenvolvimento da sensação de medo na população de que venha a acontecer uma nova enchente em breve, mesmo que seja um dos papéis do jornalismo ambiental alertar a população sobre a ocorrência de possíveis novos eventos climáticos extremos, segundo Giddens (2010, *apud* Moraes; Lengert, 2019, p. 47): o jornalista ‘’não deve ficar à espera dessa forma de tragédia para informar sobre as alterações climáticas; afinal seu foco não deve estar na promoção pública do pavor e da comoção, mas no seu papel informativo.’’

Por decorrência de tantas possibilidades discursivas, como as comentadas, o jornalismo desempenha um papel tão relevante na construção do acontecimento, pois ele ‘’se torna notícia a partir do momento em que é levado ao conhecimento de alguém’’ (Charaudeau, 2013, p. 132). Logo, a depender do recorte feito do fato, o público consumidor pode construir diferentes concepções acerca de um mesmo acontecimento.

É neste mesmo caminho que o conceito de **opacidade** de Pêcheux (1983, *apud* Oliveira, Cortes, 2023) se faz presente no caso das enchentes de maio, já que engloba um conjunto de fatos tão complexo que permite diversas abordagens diferentes, partindo de um cenário micro, como a cobertura de casos individuais de histórias de famílias que perderam suas moradias, ao macro, como discussões de âmbito nacional sobre adaptar áreas urbanas de cidades a cheias recorrentes; ou discutindo a tragédia de uma perspectiva econômica ou então de um ponto de vista voltado a analisar o psicológico dos atingidos. Pensando nos dois jornais escolhidos para o desenvolvimento deste trabalho, levantamos em quantas editorias o acontecimento das enchentes de maio se fez presente em cada um dos veículos, considerando as publicações realizadas somente no mês de análise, maio.

Como resultado, na GZH encontramos 2668 publicações vinculadas às enchentes de maio, distribuídas em 18 editorias, enquanto na Folha de São Paulo foram publicadas 149 matérias, em 13 editorias. Pensando em tais números, concluímos que o conceito de opacidade se estabelece no acontecimento enchentes de maio no RS, uma vez que a quantidade de diferentes publicações feitas em um único mês é volumosa e se faz presente por meio de uma diversidade considerável de recortes discursivos, quando observamos o número de editoriais em que a pauta se fez presente.

Além dos fatores já citados, é razoável afirmar que as enchentes de maio se singularizam em um acontecimento que deve se fazer presente na história do Rio Grande do Sul por romper com o mundo como conhecemos, como Queré (2005) descreveu ao conceituar o que é um acontecimento. Afinal, houve uma **ruptura da normalidade**. O acontecimento em

questão retomou acontecimentos passados, ao mesmo tempo em que inaugurou discussões que se alongam para o futuro. No objeto de estudo deste trabalho, temos como exemplo notícias sobre alertas emitidos previamente acerca do risco de enchentes no RS [6]e matérias que retomaram eventos extremos ocorridos há mais de 80 anos[7], dentre outras. Assim, existe uma espécie de marco temporal, em que os entendimentos sobre passado e futuro se reconfiguram a partir das provocações introduzidas na sociedade por causa do tal acontecimento. Portanto, o acontecimento ‘’não é, apenas, o início de um processo, mas marca também o fim de uma época e o começo de outra” (Queré, 2005, p. 60). Posto isso, Queré (2005, p. 60) explica que para que um fato seja transformado em acontecimento, ele precisa apresentar um caráter inaugural, em que ele pode funcionar tanto como um macroacontecimento, responsável por desencadear outros acontecimentos menores posteriormente, quanto como ponto final de uma série de acontecimentos que vinham se desenvolvendo previamente. No caso dos que inauguram novas teias de acontecimentos, o acionamento dos acontecimentos subsequentes ocorre devido aos campos problemáticos (Queré, 2005, p. 72) que permeiam o macroacontecimento. Para o pensador, tais campos se relacionam à problematicidade que envolve o acontecimento maior.

> Um problema é formado de uma multiplicidade de elementos constitutivos, dispostos numa relação de integração, ao mesmo tempo que se entrelaça com outros problemas conexos. Podemos falar, então, de um campo problemático (Queré, 2005, p. 72).

Portanto, pensando no caso das enchentes no RS, diversos acontecimentos foram acionados a partir dos alagamentos provocados pelo alto nível de chuva no mês de maio, como alterações no pagamento do Imposto de Renda para moradores do RS ou até castração e chipagem de animais resgatados das enchentes, por exemplo. Ao mesmo tempo, o acontecimento principal traz à tona outros do passado, em um processo de rememoração, que dialoga com as ideias de Pêcheux acerca da memória e sua conexão inerente ao acontecimento do presente.

[6] Matéria disponível na íntegra em: https://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/2024/05/risco-de-tragedia-por-chuvas-em-porto-alegre-foi-detectado-em-2023.shtml (acessado em 10/09/2024)
[7] Matéria disponível na íntegra em: https://gauchazh.clicrbs.com.br/colunistas/leandro-staudt/noticia/2024/05/entenda-a-polemica-sobre-o-nivel-da-enchente-de-1941-em-porto-alegre-clwrts0gn00j4013uuzgzj3ix.html (acessado em 10/09/2024)

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante do exposto, as enchentes de maio de 2024 no RS se confirmam como acontecimento jornalístico, uma vez que atendem a características traçadas por pensadores importantes para a Comunicação acerca do que configura um acontecimento. Por meio de revisão bibliográfica e análise qualiquantitativa das publicações feitas pela GZH e Folha de São Paulo no decorrer de maio, alcançamos o objetivo de estabelecer as enchentes de maio como acontecimento. Tal confirmação se deu via verificação dos aspectos relacionados ao conceito de acontecimento mais relevantes para a pauta em questão, escolhidos com base em inferências acerca das características que acreditávamos condizer com a cobertura jornalística realizada pelos veículos comunicacionais citados anteriormente. Nesse sentido, objetivamos analisar se os conceitos nível de afetação, dualidade temporal, opacidade e ruptura da normalidade se faziam presentes na cobertura das enchentes de maio, e por meio das análises das publicações feitas, confirmamos que estas quatro características se fazem presentes. O estudo feito neste trabalho nos auxilia a analisar a cobertura jornalística feita acerca das enchentes de maio e também nos permite usá-lo como referência para pesquisas futuras sobre cobertura de eventos climáticos extremos, fenômenos que têm se tornado cada vez mais frequentes no país, sendo, consequentemente, importantes de serem pensados pela perspectiva do Jornalismo.

REFERÊNCIAS

AGÊNCIA BRASIL. **Chuvas no RS: por que chove tanto no estado? Entenda as causas**. 2024. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2024-05/tragedia-por-que-chove-tanto-no-rio-grande-do-sul-ate-quando>. Acessado em: 30 mai. 2024.

AMARAL, M. F; LOOSE, E. B; GIRARDI, I. M. T. (Org.). **Minimanual para a cobertura jornalística das mudanças climáticas**. Santa Maria/RS: FACOS-UFSM, 2020. 52 p. Disponível em: <https://repositorio.ufsm.br/bitstream/handle/1/19971/Minimanual.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acessado em: 12 out. 2024.

AMARAL, M. F.; QUEVEDO, J. P.; SOUZA, E. Evento climático extremo e vulnerabilidades: a comunicação de um desastre no Twitter. **Intexto**, Porto Alegre, n. 56, 2024. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/index.php/intexto/article/view/135975>. Acesso em: 12 out. 2024.

BABO, I. O acontecimento e os seus públicos. **Comunicação e Sociedade**, *[S. l.],* v. 23, p. 218–234, 2013. Disponível em:

<https://revistacomsoc.pt/index.php/revistacomsoc/article/view/985>. Acesso em: 29 abr. 2024.

BUENO, W. Jornalismo Ambiental: explorando além do conceito. **Desenvolvimento e Meio Ambiente**. n. 15, p. 33-44, 2007. Editora UFPR. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/270719582_Jornalismo_Ambiental_explorando_alem_do_conceito>. Acessado em: 12 ou. 2024.

CHARAUDEAU, P. **O discurso das mídias**. São Paulo, SP: Contexto. 2013. 285p.

DEFESA CIVIL RS. **Defesa Civil atualiza balanço das enchentes no RS - 31/5, 9h.** 2024. Disponível em: <https://estado.rs.gov.br/defesa-civil-atualiza-balanco-das-enchentes-no-rs-31-5-9h>. Acessado em: 03 jun. 2024.

DELA-SILVA, S; CARNEIRO, C. F. **Dos discursos da/na mídia: um percurso com Michel Pêcheux**. Linguagem em (Dis)curso, Tubarão, SC, v. 23, p. 1-16, 2023. Disponível em: <https://portaldeperiodicos.animaeducacao.com.br/index.php/Linguagem_Discurso/article/view/10528/13823>. Acesso em: 11 out. 2024.

FRANÇA, V; ALMEIDA, R. O acontecimento e seus públicos: um estudo de caso. **Contemporânea**, v. 6, n. 2, 2008.

FRANÇA, V. O crime e o trabalho de individuação do acontecimento no espaço midiático. **Caleidoscópio: Revista de Comunicação e Cultura**, v. 10, p. 59-72. 2011. Disponível em: <http://hdl.handle.net/10437/6052>. Acessado em: 11 out. 2024.

G1. **Resgates, ruas bloqueadas e prejuízos: água desce em Porto Alegre após bairros alagarem durante chuva**. 2024. Disponível em: <https://g1.globo.com/rs/rio-grande-do-sul/noticia/2024/05/24/resgates-ruas-bloqueadas-e-prejuizos-agua-desce-em-porto-alegre-apos-bairros-alagarem-durante-chuva.ghtml>. Acessado em: 30 mai. 2024.

INSTITUTO NACIONAL DE METEOROLOGIA (INMet). **Chuva acima de 100 milímetros atinge o norte do Rio Grande do Sul**. 2024. Disponível em: <https://portal.inmet.gov.br/noticias/chuva-acima-de-100-mil%C3%ADmetros-atinge-o-norte-do-rio-grande-do-sul> Acessado em: 27 mai. 2024.

INSTITUTO NACIONAL DE METEOROLOGIA (INMet). El Niño: saiba como foi a atuação do fenômeno no Brasil. 2024. Disponível em: <https://portal.inmet.gov.br/noticias/el-ni%C3%B1o-saiba-como-foi-a-atua%C3%A7%C3%A3o-do-fen%C3%B4meno-no-brasil#:~:text=O%20El%20Ni%C3%B1o%20%C3%A9%20caracterizado,nas%20cinco%20regi%C3%B5es%20do%20Brasil.>. Acessado em: 30 mai. 2024.

JORNAL NACIONAL. **Especialistas dizem o que pode ser feito para evitar desastres como o que assola o Rio Grande do Sul.** 2024. Disponível em: <https://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2024/05/10/especialistas-dizem-o-que-pode-ser-feito-para-evitar-desastres-como-o-que-assola-o-rio-grande-do-sul.ghtml> . Acessado em: 01 jun. 2024.

MORAES, C. H; LENGERT, M. **ENQUADRAMENTOS NO DISCURSO DA SÉRIE CRISE DO CLIMA DA FOLHA DE SÃO PAULO**. Cambiassu: Estudos em Comunicação, v. 14, n. 23, p. 46–59, 2019. Disponível em: <https://periodicoseletronicos.ufma.br/index.php/cambiassu/article/view/11759>. Acesso em: 29 jun. 2024.

OLIVEIRA, L; CORTES, G. R. de O. **A covid-19 como acontecimento discursivo: um "carnaval" de sentidos nas mídias digitais.** Revista RU. Campinas, SP, volume 29, número 2, p. 492-513, 2023.

QUERÉ, L. Entre facto e sentido: a dualidade do acontecimento. *In*: **Trajectos. Revista de Comunicação, Cultura e Educação**, N° 6. Lisboa, ISCTE, Casa das Lestras, p. 59 -75, 2005.

QUEVEDO, J; AMARAL, F. Os testemunhos na cobertura de um desastre socioambiental: papéis e potências para uma nova sensibilidade. **Revista Mídia e Cotidiano**. 2024. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/384371687_Os_testemunhos_na_cobertura_de_um_desastre_socioambiental_papeis_e_potencias_para_uma_nova_sensibilidade>. Acessado em: 12 out. 2024.

RODRIGUES, K. de C. **A construção do acontecimento no jornalismo guiado por dados: estudo de veículos de comunicação latino-americanos.** Bauru, SP. p. 31-57. 2021.

VINHAS, L. "Não é L de Lula, é arminha": acontecimento e equivocidade no discurso jornalístico-político. **Línguas & Letras**, *[S. l.]*, v. 24, n. 56, 2024. Disponível em: <https://e-revista.unioeste.br/index.php/linguaseletras/article/view/30113>. Acesso em: 12 out. 2024.

O(s) autor(es) é(são) responsável(is) pela fidedignidade dos dados apresentados.



GT5

IDENTIFICAÇÕES CULTURAIS E HISTÓRIA DA COMUNICAÇÃO

HISTÓRIA DA CHEGADA DA PRIMEIRA EMISSORA DE TV EM GOIÁS: O QUE CONTAM AS PÁGINAS DO JORNAL FOLHA DE GOIAZ

Adriana Teixeira de Moraes[1]
Rosana Maria Ribeiro Borges[2]

RESUMO

Este artigo propõe compreender parte da história da televisão em Goiás. De modo particular, refere-se ao surgimento da TV Rádio Clube de Goiânia, que iniciou sua transmissão na capital de Goiás, em 1961. Sendo esta, a primeira emissora a entrar no ar no estado, o objetivo desta pesquisa foi identificar como o início das atividades foi noticiado no jornal Folha de Goiaz, do empresário da comunicação Assis Chateaubriand, mesmo proprietário da nova televisão. Como aporte teórico consideramos a História Cultural, História da Comunicação e da Televisão, e como procedimento metodológico foi realizada pesquisa bibliográfica e pesquisa documental, que utilizou como fonte as edições do Jornal Folha de Goiaz de setembro e outubro de 1961. Com os resultados da pesquisa foi possível observar que inicialmente as primeiras transmissões não foram noticiadas pelo jornal logo de início, porém as edições posteriores promoviam no leitor uma expectativa em relação ao novo meio, venda de ações até assumir suas atividades.

Palavras-chave: História; televisão; história da televisão; Tv Rádio Clube de Goiânia; televisão em Goiás

THE HISTORY OF THE BEGINNING OF THE FIRST TV STATION IN GOIÁS: WHAT DOES THE NEWSPAPER FOLHA DE GOIAZ REPORT?

ABSTRACT

This article aims to understand part of the history of television in Goiás. In particular, it refers to the emergence of TV Rádio Clube de Goiânia, which began broadcasting in the capital of Goiás in 1961. It was the first television broadcaster in the state. The objective of this research is to identify how the beginning of activities was reported in the newspaper Folha de Goiaz, owned by communications entrepreneur Assis Chateaubriand, the same owner of the new television. The theoretical foundation is based on Cultural History, History of Communication and Television. The methodological procedure is bibliographical and documentary researches which considering the editions of the Folha de Goiaz Journal from September and October 1961. As a result, we observe that initially the first broadcasts were not reported by the newspaper, but subsequent editions promoted an expectation in the readers regarding the new medium, selling shares, and taking over its activities.

[1] Doutoranda no Programa de Pós-graduação em Comunicação na Universidade Federal de Goiás (UFG), e-mail: adrianamoraes@discente.ufg.br. Bolsista Capes.
[2] Professora Doutora do Curso de Jornalismo e do Programa de Pós-graduação em Comunicação da Faculdade de Informação e Comunicação da Universidade Federal de Goiás. E-mail: rosana_borges@ufg.br.

Keywords: History; television ; television history; TV Rádio Clube de Goiânia; television in Goiás.

INTRODUÇÃO

A história da televisão brasileira é recente. Ao considerar o tempo da sua inauguração, 1950, tem-se pouco mais de 70 anos. Mais recente ainda é o da televisão goiana, que completou em 2024, 63 anos no ar. Pesquisar sobre a história da comunicação em Goiás e especificamente sobre a história da televisão goiana é, em geral, ao mesmo tempo um desafio e uma motivação. Desafio pelas poucas referências, fontes e arquivos disponíveis, motivação por ser um trabalho que pretende compreender, no que é possível acessar, nos ditos e não ditos, parte de uma história ainda pouco valorizada pelos pesquisadores, porém, necessária. A história regional/local da comunicação e dos meios dispõe de importantes e precursoras investigações que se concentram no jornal impresso, contudo, a televisão do século XX é um campo em aberto a ser explorado.

No caso deste artigo, trata-se de um passado pouco conhecido e tampouco pesquisado cientificamente, a história da primeira emissora de televisão de Goiás, que iniciou suas transmissões em 1961. Os primeiros levantamentos mostram que a televisão começou a funcionar de maneira improvisada e apesar de obras literárias que indicam ter entrado no ar no dia 6 de setembro, ainda não foi encontrada a fonte que confirme a data.

Com o rádio, caçula dos meios até então, sua popularidade definitivamente consumada no país e o surgimento e expansão da televisão em outros estados, 10 anos antes, a chegada da primeira emissora de televisão em Goiás, na década de 60, configurava mais uma grande novidade tecnológica da comunicação. O pioneirismo da sua presença em uma localidade considerada interior do Brasil, fora do eixo hegemônico das grandes capitais como São Paulo e Rio de Janeiro, sendo a primeira em uma capital do Centro-Oeste, marca a expansão e regionalização da tv no país. À vista disso, pode-se registrar como marco histórico.

A proposta se debruça, desse modo, em identificar nas páginas do Jornal Folha de Goiaz, como este início das atividades da emissora foi noticiado e retratado ao leitor. A investigação teve como proposta fazer um recorte em temas ou notícias sobre inauguração, e a programação, que o jornal poderia noticiar nas edições diárias disponíveis considerando um período de início da transmissão.

A opção pela Folha de Goiaz foi, por certo, um caminho obrigatório por ser este um jornal do grupo Diários Associados, de propriedade do magnata da comunicação à época, Assis Chateaubriand, a quem também pertencia a primeira emissora de rádio de Goiânia - a Rádio Clube de Goiânia, e a partir de então, a nova emissora de TV.

Utilizou-se como aporte teórico os estudos sobre História Cultural da Comunicação, História da Televisão e História da Imprensa Goiana. Trata-se de uma pesquisa de abordagem qualitativa desenvolvida a partir da pesquisa bibliográfica e pesquisa documental como instrumento de coleta de dados.

Este estudo é parte inicial da Tese de Doutorado desta pesquisadora que está sendo desenvolvida no Programa de Pós-graduação em Comunicação (PPGCOM) da Universidade Federal de Goiás (UFG), que está sendo orientada pela coautora no âmbito do Grupo de Pesquisa História da Comunicação em Goiás[3].

HISTÓRIA CULTURAL DA COMUNICAÇÃO

Pensar a História é pensá-la como um campo do conhecimento complexo e dinâmico que envolve a interpretação e a compreensão do tempo passado e do tempo presente. Todavia, não é apenas o relato linear dos eventos que ocorreram, mas um processo de construção contínua conforme novas informações e contextos emergem e a diversidade de perspectivas se revelam.

Como define Le Goff (1990, p. 25), história "é uma ciência do passado com a condição de saber que este passado se torna objeto da história por uma construção incessantemente reposta em causa", logo, a escrita da história é complexa e dependente de uma constante reinterpretação e reconstrução. Não significa ruptura, mas é resultado de processos históricos que devem considerar não apenas personagens, datas e acontecimentos, mas também vestígios e até o que não é dito que possam ajudar a compreender o presente e avistar um futuro.

A história, como uma espécie de organizadora e elucidadora do passado para as necessidades do presente Le Goff, (1990), lhe dá o encargo de função social. "Esta interação entre passado e presente é aquilo que chamamos de função social do passado ou da

[3] Grupo certificado pela Universidade Federal de Goiás e pelo CNPq. Link de acesso: https://dgp.cnpq.br/dgp/espelhogrupo/9894177026176850. Contato: rosana_borges@ufg.br

história" (Le Goff, 1990, p. 25). Esta função social, vista como aquela que traz luz e interpretação ao passado é o que se pode atribuir ao papel da história apontado por Barbosa (2013, p. 8) quando considera que história "é tudo aquilo que do passado chegou até o presente, são rastros, restos e vestígios que perduraram no tempo em diversos suportes que se constituirão nas fontes a serem interpretadas para explicar gestos e ações pretéritas".

A história da comunicação proposta aqui é pensada a partir desta função social que busca em rastros e vestígios interpretar e revelar processos comunicacionais em seus contextos. Esta construção diz respeito a entender um processo comunicacional cujo passado nos revela ações, personagens, situações, fatos e contextos que se misturam e que se apresentam como essenciais para se entender o presente.

Faz-se necessário um olhar da história da comunicação, da imprensa e dos meios sob a perspectiva da história cultural que considera, complementarmente, aos escritos oficiais, as estruturas sociais e práticas culturais de uma determinada sociedade. Para Chartier (2010) as práticas múltiplas e diferenciadas constroem o mundo como representação e entendê-las em forma e motivos é objetivo da história cultural "identificar o modo como em diferentes lugares e momentos uma determinada realidade social é construída, pensada e dada a ler" (Chartier, 2010, p. 16).

Ao corroborar com a concepção de história cultural, Borges e Barbosa (2020) considera que a história da comunicação ou da imprensa passa a ser:

> a história das próprias dinâmicas comunicacionais, uma vez que a comunicação, quando compreendida enquanto um processo de produção social de sentidos, está intimamente relacionada à cultura, [...] portanto, é pensar a história dos sistemas de comunicação que considera circuitos de produção e de apropriação/significação dos conteúdos dos veículos midiáticos, bem como as suas contribuições na transformação simbólica e material das sociedades (Borges; Barbosa,2020, p. 175).

O que se objetiva é abandonar a visão linear, descritiva, cronológica e presentista da dos estudos história da comunicação, centrado em personagens, grandes acontecimentos e datas e avançar para uma visão holística, que considere o mundo e o contexto no qual se desenvolveu, os particularismos, as práticas humanas e os anônimos e até os silêncios. "É perceber a história como processo complexo, no qual estão engendradas relações sociais, culturais, falas e não ditos" (Barbosa, 2007, p. 15).

Ao ecoar o modelo da história cultural da imprensa é oportuno abrir espaço de análise de uma história que contemple os contextos de sua produção. Barbosa (2013), explica que há uma lacuna nesse caso. Estuda-se, em sua maioria, o objeto a partir de mundos estrangeiros com referências eurocêntricas, que não refletem os espaços sociais brasileiros. Ora, não é difícil conceber que as realidades são, por inúmeros motivos, discordantes, a começar pelas condições sociais, culturais, políticas, educacionais, econômicas e tecnológicas. A defesa, pois, é por uma história da comunicação que considere singularidades e atributos dos espaços em que se formam e se desenvolvem.

Vislumbra-se, então, por uma investigação da comunicação regional/local, e mais especificamente, neste caso, da comunicação goiana. É necessário conceber uma história do mundo comunicacional na sua totalidade reconhecendo a relação entre local, regional e nacional, suas diferenças e peculiaridades, como apresentam Barbosa e Borges (2023), ao proporem uma metodologia pela perspectiva de redes e conexões.

Para os estudos sobre o surgimento da televisão em Goiás a proposta é necessária, visto que as emissoras se constituíram em condições e circunstâncias desiguais e nas mais variadas regiões do Brasil.

BREVE HISTÓRIA DA TV RÁDIO CLUBE DE GOIÂNIA

A TV Rádio Clube de Goiânia foi a primeira emissora a entrar no ar no estado de Goiás e no Centro-Oeste. De acordo com Godinho (2008) a emissora começa suas transmissões no dia 6 de setembro de 1961, no entanto, não há na obra uma comprovação documental sobre a exatidão da data.

Nesta época em que a emissora iniciava suas atividades, o Brasil passava por importantes mudanças na política. Em janeiro de 1961 Jânio Quadros assumiu a presidência, eleito pelo voto direto. No cargo de presidente, Jânio Quadros influenciou diretamente parte da regulamentação do setor de televisão. Segundo Jambreiro (2001), o então presidente criou o Decreto 50.566, de 30 de maio de 1961, criando o Conselho Nacional de Telecomunicações, subordinado ao gabinete do Presidente da República, o Decreto 5.840, limitando o prazo de concessões a 3 anos e o Decreto 51.134, de 3 de agosto de 1961, que estabeleceu a censura prévia dos programas de rádio e televisão, este último pouco dias antes de renúncia em 25 de agosto do mesmo ano.

Na ausência do vice-presidente, João Goulart, tomou posse interinamente o presidente da Câmara dos Deputados, Raniere Mazzilli. Em 7 de setembro de 1961, João Goulart toma posse como Presidente da República, sendo deposto pelo golpe militar em 1964[4].

A emissora fazia parte dos empreendimentos em comunicação de propriedade do jornalista, advogado e empresário Francisco de Assis Chateaubriand Bandeira de Mello, conhecido por Assis Chateaubriand, que estava à frente do conglomerado Diários Associados. Deste grupo já faziam parte jornais, rádios e revistas, que se espalharam por várias regiões do Brasil.

Antes de investir na Tv Rádio Clube, Chateaubriand marcou a história da televisão brasileira ao colocar em funcionamento, em 18 de setembro de 1950, na cidade de São Paulo, de modo pioneiro, a TV Tupi Difusora. O evento consagrou o Brasil e a América do Sul como precursores na adoção desse novo meio de comunicação. Em pouco tempo, a TV Tupi Rio de Janeiro entrou em operação, consolidando a presença da televisão nas duas maiores metrópoles brasileiras. A nova tecnologia nasceu sob o apoio do governo de Eurico Gaspar Dutra, marcado por um intenso processo de experimentação e consolidação das bases técnicas e estéticas da televisão brasileira.

Os primórdios da televisão no Brasil foram caracterizados por um conjunto de particularidades que moldaram sua trajetória mais adiante. A improvisação, a predominância de transmissões ao vivo e a adaptação de profissionais vindos do rádio foram elementos constitutivos desse processo. Paralelamente, a publicidade impulsionou a profissionalização do setor e a consolidação de um mercado publicitário específico para a televisão, o que caracteriza o meio como essencialmente comercial desde seu início.

A regulamentação do setor, por meio da criação de leis que estabeleceram as normas para a concessão e distribuição de canais de televisão, contribuiu para a organização e o desenvolvimento do sistema televisivo brasileiro.

Segundo Sales Júnior e Kneipp (2022) na primeira década da tv brasileira quatro estados possuíam pelo menos uma emissora de tv com produção local e transmissão de programação. Mais uma vez estas emissoras estavam concentradas em regiões consideradas

[4] Disponível em: https://www12.senado.leg.br/radio/1/senado-200-anos-a-historia-passa-por-aqui/2024/04/12/episodio-16-a-renuncia-de-janio-quadros-e-a-posse-de-joao-goulart. Acesso: 12 out.2024

mais desenvolvidas. Além de São Paulo e Rio de Janeiro, foram inauguradas a TV Itacolomi em Minas Gerais e a TV Piratini no Rio Grande do Sul. Todas faziam parte do grupo Diários Associados de Assis Chateaubriand.

A década de 1960 marca a expansão da televisão por todo o país e em 14 estados as emissoras começam a ser instaladas. Muitas dessas emissoras formavam a rede dos Diários Associados. Foi o caso da TV Rádio Clube de Goiânia, que esteve inserida nesta conjuntura de regionalização da TV, tempo em que profissionais começavam a se especializar para atender as demandas do novo meio, a massificação desponta e o público como telespectador começa a tomar forma, segundo Sales Júnior e Kneipp (2022). Acrescenta-se a isso, a incursão determinante de Chateaubriand na tarefa pioneira de levar a televisão às capitais brasileiras. "Ao todo, os Diários Associados de Assis Chateaubriand foram responsáveis pela instalação da primeira emissora de TV em 12 estados" (Kneipp, Sales Júnior,2022, p. 156). Junta-se, por conseguinte, o incentivo à compra de aparelhos televisivos para aumento do público telespectador que ainda estava em formação.

Apesar de estar na fase de expansão pelo Brasil, a década de 60 é considerada por Mattos (2002) como uma fase elitista que se delineia entre 1950 e 1964 e "quando o televisor era considerado um luxo ao qual apenas a elite econômica tinha acesso" (Mattos, 2002, p. 78). O início das transmissões da Tv Rádio Clube em Goiânia em 1961 também se torna um desafio e lança mão das improvisações, dos programas ao vivo e da publicidade.

Quando iniciou suas transmissões a TV Rádio Clube de Goiânia funcionou no mesmo prédio onde já estavam instalados o jornal Folha de Goiaz e a Rádio Clube, primeira emissora de rádio a entrar no ar em Goiânia em 1942. A responsabilidade pela instalação da nova TV foi dada a Francisco Braga Sobrinho, representante local de Chateaubriand que reuniu uma equipe composta por indivíduos com diferentes formações, sem experiência em televisão, que tiveram que aprender a trabalhar com a nova mídia.

Figura 1 – Sede dos Diários Associados em Goiânia



Fonte: Sobrinho, 1998.

De acordo com Godinho (2008), para iniciar suas atividades a emissora possuía uma única câmera, um transmissor e uma antena, que chegaram à Goiânia vindos do Rio de Janeiro, utilizada para a transmissão da inauguração de Brasília em 21 de abril de 1960. O equipamento não teria sido devolvido e ficou na cidade para a instalação da futura emissora goiana.

Antes que a televisão fosse montada e definitivamente começasse sua transmissão, ações da Tv Rádio Clube foram colocadas à venda para arrecadar dinheiro e colocá-la no ar. O grupo pretendia que os compradores fossem acionistas e assim se constituiria uma empresa S.A para concorrer à concessão do novo canal para Goiânia (Godinho, 2008). Este episódio é confirmado por Carlos de Souza, diretor e radionovelista da Rádio Clube, em depoimento na obra *Imprensa Goiana- depoimentos para sua história* (1980).

> [...] soube-se que haveria um canal, colocado à disposição de Goiânia; então os Diários Associados trataram logo de organizar uma S. A. e entrar na concorrência para pleitear o canal. Três elementos se propuseram a vender as ações: eram Ribamar Leite, Fued Nacif e o falecido Jeová Bailão. Venderam ações aqui "adoidado", todo mundo comprou. Mas eles esqueceram um detalhe, que é uma imposição do Governo. Para ser acionista, para ser proprietário de órgão de divulgação — rádio, televisão e jornal — é necessário uma série de documentações, [...] então não foi possível juntar em tempo hábil a documentação daqueles acionistas da S.A. Com isto passou o tempo, e a emissora estava funcionando, mas clandestinamente (Souza, 1980, p. 139).

Como dito, as emissoras de televisão no Brasil já nasceram dependentes de publicidade e com a TV Rádio Clube não foi diferente. Esta é mais uma característica da emissora local que seguiu o modelo de televisão nacional e que mantém até os dias atuais.

Era preciso ter anunciantes para funcionar e se manter, para isso, muitos programas, que à época eram ao vivo, levavam o nome de patrocinadores.

Em Goiás, o caso considerado emblemático é do programa do publicitário Fued Naciff, *General Novilar Comanda o Espetáculo.* A General Novilar era uma loja varejista que comercializava eletrodoméstico e eletrônicos, o sucesso de vendas com a chegada da televisão e na programação televisiva, a empresa "chegou a ter 17 lojas, vendeu ações na Bolsa de valores de São Paulo e ainda figurou na lista das 50 maiores empresas do Brasil da revista *Exame"* (Godinho, 2008, p; 20). A programação do início da TV foi marcada pelas atrações locais ao vivo, muitas delas nos moldes do rádio, programas de auditório e filmes.

A década de 1960 também é vista por Bergamo (2010), como momento-chave da propagação da televisão brasileira com novas práticas de "como fazer televisão" e um número crescente de pessoas que tinham acesso ao aparelho. "Por um lado, começa-se a esboçar um quadro de "profissionais da televisão", por outro ganha contornos mais claros a ideia de que a televisão tem um "público" diferente do rádio, do teatro ou do cinema" Bergamo (2010, p. 59). Tendo nascido pouco mais de 10 anos após a primeira emissora de tv do Brasil, a Tv Rádio Clube de Goiânia se agarra nos avanços que o mundo da tv conquistou ao longo dos anos.

A história do surgimento e dos primeiros dias da pioneira emissora, portanto, coincide com o momento de expansão da televisão por todo o país, principalmente das emissoras dos Diários Associados de Chateaubriand. Se caracteriza pelas atrações ao vivo, pela abertura à publicidade, incentivo a compra de aparelhos e início do formato de grade de programação.

METODOLOGIA

A pesquisa sobre a implantação da TV Rádio Clube de Goiânia pelas páginas do Jornal Folha de Goiaz é um trabalho de abordagem qualitativa. Neste tipo de pesquisa busca-se compreender e interpretar fenômenos sociais, explorando a subjetividade, as experiências e as diversas perspectivas dos atores. Ela trabalha com o universo de significados, de motivações, aspirações, crenças, valores e atitudes, segundo (Minayo, 2014).

Em busca de compreender como se deu a chegada da primeira emissora de televisão em Goiás, o método aplicado foi da Pesquisa Histórica que de acordo com Teixeira, Rodrigues, Caldas e Turim (2014), por esse método o processo histórico deve ser refeito e

compreendido, pois “o passado não se impõe simplesmente por sua autoridade, por ser mais antigo. É necessário que ainda faça sentido e que ainda explique o mundo” (2014, p 12). O método histórico, ainda segundo Padilha e Borenstein (2005), caracteriza-se por uma abordagem sistemática por meio de coleta, sistematização e avaliação crítica com o objetivo de “lançar luzes sobre o passado para que este possa clarear o presente, inclusive fazer perceber algumas questões futuras” (Padilha; Borensteins, 2005, p. 577). Neste tipo de investigação é fundamental, segundo os autores, três etapas: “1) levantamento de dados; 2) avaliação crítica destes dados e finalmente, 3) apresentação dos fatos, interpretação e conclusões” (Padilha; Borensteins, 2005, p. 577).

Para alcançar esse objetivo utilizou-se como instrumento de coleta de dados o a levantamento bibliográfico e a pesquisa documental. De acordo com Gil (1999) a pesquisa bibliográfica é desenvolvida a partir de material já elaborado. Neste trabalho o foco esteve nas produções que abordassem a história da comunicação no Brasil e em Goiás. O autor destaca que “A pesquisa bibliográfica é indispensável nos estudos históricos. Em muitas situações não há como conhecer fatos passados, senão com base em dados secundários”. (Gil, 1999. p. 65).

No sentido de confirmar as informações encontradas foi feita a pesquisa documental com objetivo de extrair nos mais variados documentos informações sobre o assunto pesquisado. Neste caso acessou-se como fonte o jornal Folha de Goiaz no período de setembro e outubro de 1961, período referenciado para a inauguração da primeira emissora de TV goiana, totalizando em média 60 edições. De acordo com Gil (1999) a pesquisa documental, vale-se de materiais que ainda não receberam um tratamento analítico, é o caso das reportagens do diário da época. Para tanto, a pesquisadora realizou três visitas orientadas ao Instituto Histórico e Geográfico de Goiás para manusear, explorar e coletar informações das edições.

Posteriormente à fase da pesquisa documental foi feita a análise dos dados coletados utilizando a análise de conteúdo. De acordo com Fonseca Júnior (2015), a análise de conteúdo se refere a um método das ciências humanas e sociais, destinado a investigação dos fenômenos simbólicos por meio de várias técnicas de pesquisa. A tarefa é relacionar os dados obtidos, com algum aspecto de seu contexto. A análise de conteúdo se organiza em três fases que foram assim empregadas: a pré-análise - com a identificação do jornal como fonte dentro do contexto pretendido; exploração do material com a leitura exploratória de

textos, fotografias e ilustrações de todas as edições disponíveis; e o tratamento dos dados obtidos e interpretação com a separação e análise dos temas sobre a TV e interpretação crítica do material divulgado sobre a emissora.

ANÁLISE DOS DADOS

A análise foi iniciada na primeira edição disponível do mês de setembro, dia 2, e foi encerrada no dia 31 de outubro. Em relação aos conteúdos do jornal sobre o funcionamento, inauguração ou início das transmissões da Tv Rádio Clube de Goiânia, nas primeiras edições que antecedem a data da inauguração não há notícias jornalísticas que mencionam a nova TV. Somente na terceira página, em formato de anúncio comercial, que ocupava meia página, o Diários Associados exaltava o pioneirismo do grupo e gerava a expectativa da chegada da televisão. Este anúncio foi publicado várias vezes durante o período analisado.

Figura 2 – Anúncio sobre a chegada da Tv Rádio Clube



Fonte: Jornal Folha de Goyaz, 02 set. 1961.

Entre os dias 5 a 9 de setembro, datas próximas ao início das transmissões, as capas dos jornais traziam principalmente assuntos políticos, como por exemplo a posse do novo presidente João Goulart após a renúncia de Jânio Quadros e a situação momentaneamente tensa do país.

Figura 3 – Capa de 06 de setembro data possível da primeira transmissão da Tv Rádio Clube



Kennedy Determina Reinicio de Experiências Atômicas

Goulart em Brasília: Demarches Para a Composição do Conselho de Ministros

Folha de Goiaz

Saudações de Mauro ao Ensêjo da Chegada de Goulart a Brasília

Todos os Deputados Manifestam-se Contrários ao Recesso Remunerado

Governador MB Ontem Foi a Brasília Cumprimentar o Presidente João Goulart

Parlamentarismo Não Inspira Confiança aos Deputados Goianos: Maioria Contra

TUDO SOBRE A OPERAÇÃO MOSQUITO

Oficiais da FAB Rebelam-se Contra a Posse de Jango e Ameaçam Bombardear o Congresso

Deputado Afirma: «Reforma Parlamentarista Viciada de Coação, Irrecusàvelmente Nula»

Assembléia Examinava Vetos da Governadoria

Omissão do Nome de Mauro é Motivo de Protesto na Assembléia Legislativa

Povo Não Está Politizado Para Parlamentarismo

Fonte: Jornal Folha de Goyaz, 06 set. 1961.

Apesar de não deixar claro se a emissora já estava funcionando mesmo que de forma experimental, algumas notícias começaram a identificar que estaria em funcionamento em breve. No dia 14 de setembro uma matéria de capa intitulada “TV para Rádio Clube,” mostrava que o diretor da empresa de televisores Empire ofereceu à rádio um aparelho de TV de 21 polegadas. “O aparelho servirá para controle de imagem nos futuros estúdios da Tv Rádio Clube” (Folha de Goiaz, 14/09/61). O vestígio de que a emissora poderia já estar funcionando ou próximo disso, é a foto publicada no mesmo dia sobre o sorteio de prêmios da novela A Vida por um amor. Na foto é possível ver a câmera com o nome Tv Rádio Clube-canal 3.

Em 21 de setembro na quinta página do jornal, um anúncio dá conta dos preparativos para os programas. A General Novilar selecionava rapazes para o programa General Novilar Comanda o Espetáculo, domingo, pela TV Rádio Clube de Goiânia. Conforme mostra a figura a seguir.

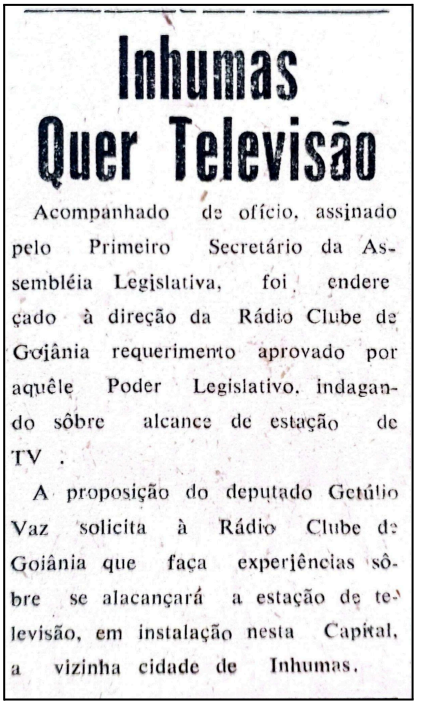
Figura 4 – Anúncio para o programa General Novilar Comanda o espetáculo



Fonte:Jornal Folha de Goyaz,, 21/09/1961.

A partir de 23 de setembro começam as publicações sobre a venda de ações da Rádio Clube de Goiânia para a inauguração da televisão. Para isso, o jornal publica uma matéria com o título: *Vão ser postas à venda ações da Rádio Clube* e o anúncio sobre o lançamento da tv, porém acrescentando o lançamento de 30 mil ações. (Folha de Goiaz, 23/09/61). Destaca-se nesta edição matéria sobre a solicitação do município de Inhumas pelo alcance do sinal da emissora.

Figura 5 – Nota sobre solicitação de Inhumas



Inhumas
Quer Televisão

Acompanhado de ofício, assinado pelo Primeiro Secretário da Assembléia Legislativa, foi endereçado à direção da Rádio Clube de Goiânia requerimento aprovado por aquêle Poder Legislativo, indagando sôbre alcance de estação de TV .

A proposição do deputado Getúlio Vaz solicita à Rádio Clube de Goiânia que faça experiências sôbre se alacançará a estação de televisão, em instalação nesta Capital, a vizinha cidade de Inhumas.

Fonte: Jornal Folha de Goyaz, 23 set. 1961.

Apenas em 27 de setembro, é divulgada com mais clareza a venda das ações. Na capa da edição há uma matéria sobre o lançamento, em breve, de 60 mil ações para aumento de capital da Rádio Clube. Destinado a ampliação do equipamento da televisão. O destaque vai

para o treinamento da equipe de 10 homens para atender os futuros acionistas. A matéria ressalta ainda que a TV associada será “mais um veículo de intensa propaganda de Goiás” (Folha de Goiaz, 27/09/61). Em 30 de setembro a notícia de inauguração da TV Marajoara em Belém- PA, outra emissora do grupo, recebe destaque. No texto o Diários Associados evidencia que a televisão atende uma antiga reivindicação da região.

Em outubro percebe-se um aumento de notícias sobre a venda de ações e a programação. Em 1º de outubro há uma matéria sobre o crescimento da do interesse pelas ações da TV colocando o estado entre os mais progressistas e na página posterior um anúncio da Companhia Goiana de Industrialização para a contratação de corretores para a venda das ações.

Figuras 6 e 7 – Matéria e anúncio sobre venda de ações



Cresce Interesse Pelas Ações da TV

Companhia Goiana de Industrialização

— C G I —

Se você tem:
— Instrução secundária
— Boa aparência
— Alguma prática de vendas
— Disposição para trabalhar

Nós lhe oferecemos:
— Retirada fixa
— Comissões
— Prêmios altamente compensadores
— Ambiente sadio de trabalho
— Assistência técnica permanente.

Os candidatos deverão apresentar-se para testes de seleção, munidos de documentos e dois retratos 3x4 — Não se atende por telefone.

A Rua Vinte, 90 — Diariamente das 9 às 11 horas. Só serão atendidos os candidatos que se apresentarem convenientemente trajados de gravata e paletó.

Fonte: Jornal Folha de Goyaz, 01 out. 1961.

Desde então, observa-se vários anúncios sobre a chegada da TV Rádio Clube, porém agora acrescida do lançamento de 30 mil ações. Na capa do dia 10 de outubro, uma matéria com foto mostra a assinatura do contrato, no dia anterior, entre Diários Associados e a Companhia Goiana de Industrialização para a venda das ações. De acordo com o jornal, as ações vão garantir a instalação da TV e receber imagens por meio de uma rede do Rio de Janeiro até a capital. Afirmam ainda que há reserva de milhares de ações e confiam o

sucesso das vendas ao “espírito progressista do povo de Goiás”, prometendo para até o Natal a retransmissão das imagens da TV Tupi do Rio de Janeiro e São Paulo.

Figura 8 – Capa com a assinatura de contrato de vendas das ações


Moura Andrade Candidato ao Govêrno de S. Paulo

Dez Diplomatas Soviéticos Sustentaram Luta Com Polícia Holandesa: 1 Ferido

Folha de Goiaz

ORGÃO DOS DIÁRIOS ASSOCIADOS

Diretor: FRANCISCO BRAGA SOBRINHO

ANO XXII - Goiânia, terça-feira, 10 de outubro de 1961 - Nº 4.760

Alfredo Nasser Toma posse Hoje: Ministro da Justiça

Assinado Contrato Entre CGI e Diários Associados: Ações da TV

Dom Fernando Inaugurará a Campanha Ruralista, Hoje

Cinco Institutos Técnicos e Faculdade de Filosofia: Programa da UFG em 1962

Público Precisa Saber: Órgãos Federais Não Recebem Recursos

Salário em Goiânia Deve Ser Equiparado ao de Brasília

SECÇÃO LIVRE

Novas Acusações do Deputado Rabelo ao Diretor do DERGO

Deputados Discutem Substituição na Prefeitura da Capital Federal

PUBLICITÁRIOS GOIANOS NO I CONGRESSO EM SÃO PAULO

ASSEMBLEIA LEGISLATIVA

Deputado Quer Construir Ponte Nôbre o Paraná: Dez Milhões de Cruzeiros

SUBSCREVAM AÇÕES DA TV RÁDIO CLUBE

DKW VEMAG

CARROS E CAMIONETAS FINANCIADOS EM 18 PRESTAÇÕES MENSAIS. PRONTA ENTREGA.

COMERCIAL SOMACO LIMITADA

AVENIDA ANHANGUERA 413 Goiânia Goiás

Fonte: Jornal Folha de Goyaz, 10 out. 1961.

O pioneirismo dos Diários Associados com o jornal Folha de Goiaz, Rádio Clube e TV Rádio Clube de Goiânia rendeu ao grupo o título, aprovado pela Assembleia Legislativa, de Benfeitores do Progresso de Goiás. Na capa de 11 de outubro apresenta o então Governador Mauro Borges assinando o documento. Essa distinção vai ser exibida em outras várias páginas e edições ao longo de outubro. O que sugere que a emissora já estava no ar é o anúncio, no dia 14, de lançamento do programa Super Show Elmac aos sábados pela TV Rádio Clube com animação de Cunha Júnior. Há também matéria sobre o Torneio de Lance Livre que seria transmitido pela TV.

Figuras 9 e 10 -Novas atrações na TV



Sensacional Torneio de Lance Livre Pela TV

A TV Rádio Clube, no sentido de incentivar a prática do esporte especializado, vai patrocinar um sensacional Torneio de Lance Livre pelo vídeo, contando para tanto com a eficiente colaboração da Esmac.

Os concorrentes ao título de melhor cestinha serão apresentados semanalmente pela TV, durante o programa Super «show» Elmac, que será realizado aos sábados, dia 20 às 21 horas.

As inscrições para o referido torneio já estão abertas podendo se inscrever estabelecimentos dos vários educandários e agremiações de nossa Capital.

O torneio obedecerá o seguinte regulamento:

1) — Poderão participar do referido torneio atletas de todas as agremiações e educandários de nossa Capital, desde que para tal estejam devidamente inscritos no Departamento de Esportes dos Diários Associados.

2) — Após o encerramento das inscrições será realizado um Torneio Eliminatório, na quadra do Colégio Estadual de Goiânia (Liceu), para escolha de 10 atletas (cinco moças e cinco rapazes), que participarão da fase de classificação, que será realizada, semanalmente, nos estúdios da TV Clube.

3) — Nas eliminatórias cada atleta terá direito de 30 (trinta) arremessos.

4) — Na TV, cada atleta fará 10 (dez) arremessos. Somente dois atletas participarão de cada audição.

5) — Após a apresentação dos atletas de acordo com o art. 2, serão classificados para as semi-finais, os seis atletas que maior número de pontos conseguirem (três moças e três rapazes).

6) — Os classificados de acôrdo com o art. 5, disputarão numa audição especial o título de melhor cestinha.

7) — As atletas classificadas, também de acôrdo com art. 5, disputarão numa audição especial o título de melhor cestinha.

8) — Os rapazes e moças que participarem do torneio deverão apresentar-se devidamente uniformizados, ostentando emblemas dos clubes que representam.

9) — Fica estipulado o prêmio de Cr$ 5.000,00, para o campeão de cada categoria.

10) — Os casos omissos no presente regulamento serão resolvidos pelo Departamento de Esportes dos Diários Associados.

SABADO, DIA 14, PELA TV RADIO CLUBE...

LANÇAMENTO DE

SUPER SHOW ELMAC

- SCORE MUSICAL ELGIN
- ACERTE NO ALVO
- SCORE MUSICAL REFRIGERADOR CLIMAX
- O CESTINHA DA TV
- SCORE MUSICAL SEMP
- É PRECISO TRAZER
- ATRAÇÕES ELMAC

SUPER SHOW ELMAC

MUITAS ATRAÇÕES! PREMIOS DE VALOR! BRINCADEIRAS AGRADAVEIS!

ANIMAÇÃO DE CUNHA JUNIOR

PRODUÇÃO E DIREÇÃO DE JOSÉ RIBAMAR

CORTEZIA DE

ELMAC LTDA.

Fonte: Jornal Folha de Goyaz, 14 out. 1961.

A partir do dia 13 de outubro, as edições do jornal publicavam de maneira recorrente matéria sobre o Lançamento das ações da TV. É também exibida pela primeira vez, a grade de programação oficial da emissora, reforçando assim a tese de que a emissora já estaria funcionando, mesmo que extra oficialmente.

Figura 11 -Grade de programação Tv Rádio Clube de Goiânia



— «Com o atraso no pagamento do funcionalismo, não fosse a Cooperativa dos Servidores da Prefeitura, muitas famílias já estariam passando fome, carpindo, como se vê, a mais negra miséria» — revelou, ontem, à FOLHA DE GOIAZ o sr. Aldo Azevedo presidente da Associação dos Servidores Municipais.

— «Não recebemos os nossos salários — continuou — há quatro meses, o que nos impossibilita o saldo de compromissos inadiáveis. No entanto, esperamos que a Prefeitura, com o novo Código Tributario, possa recompensar os seus funcionarios com a pontualidade exigida».

REUNIÃO

Referindo-se à reunião solicitada, pelos servidores da entidade de classe, a fim de apurar as causas que levaram o prefeito Helio de Brito a instaurar inquerito administrativo contra o sr. Divino Dornelles, o sr. Aldo Azevedo disse:

— «A reunião já foi convocada para esgunda-feira, ante os constantes pedidos da quase totalidade dos funcionarios da municipalidade, inconformada com a abertura do inquéritos, cujos motivos ainda ignoro».

TV RADIO CLUBE

Programação de hoje

18,30 — Boa noite, amigos
18,35 — Fatos em Foco
18,45 — Gurilândia
19,00 — TV Esportes
19,05 — Histórias da Tia Helena
19,20 — Encontro
19,30 — Gente Nova
19,50 — Gumercindo, o Poeta
20,00 — Super Show Elmac
21,00 — A Reportagem da Cidade
21,20 — Fôlha de Goiaz na TV
21,40 — Encerramento

Fonte: Jornal Folha de Goyaz, 13 out. 1961.

Em 19 de outubro, uma matéria de capa trouxe a inspeção aos trabalhos da Tv no Morro dos Lobos na estrada para Anápolis, onde seria colocada um ponto da rede Brasília-Goiânia-Brasília. O texto traz a informação de que haveria na cidade, segundo

estimativa do comércio especializado, cerca de mil aparelhos de televisão na capital, considerado uma vantagem para a emissora pioneira que funciona há 1 mês efetivamente, o que pode confirmar que a TV entrou no ar em setembro.

Outra novidade é que a partir do dia 21, quinta página, a coluna especializada que abordava só o rádio, passa a se chamar Nos Bastidores do Rádio e TV. Neste espaço houve a publicação de um texto inusitado já veiculado na TV. Crônica na TV assinada por Luiz Carlos, abordava o preço da carne. No final do texto a observação que o mesmo foi lido na Tv Rádio Clube.

Em 25 do mesmo mês a capa da Folha de Goiaz destaca pela primeira vez a presença de uma equipe de reportagem atuando nas ruas de Goiânia na cobertura da parada da juventude. A matéria afirma que como Benfeitores do Progresso de Goiás não poderia deixar de divulgar a cultura e o movimento social, aproveitando a boa notícia, encerra com a venda das ações.

Figuras 12 e 13 - Primeira cobertura externa da Tv Rádio Clube de Goiânia


CONSTITUÍDO CONSELHO PROVISÓRIO DA FLN

«Não Seremos Colônia dos EUA Nem Satélite da União Soviética»

Folha de Goiaz

Francisco Julião: Reformas de Base no Brasil só a Bala

Antes do Título, FOLHA DE GOIAZ e Rádio Clube Já Eram Benfeitores

Mauro: Povo, Preparado, Compreende Nossa Luta

A TV RADIO CLUBE VAI ÀS RUAS

«O Governo Não Pode Prescindir da Adesão Integral Dos Brasileiros»

Gabriel Passos Reafirma Sua Fé Inquebrantável no Nacionalismo

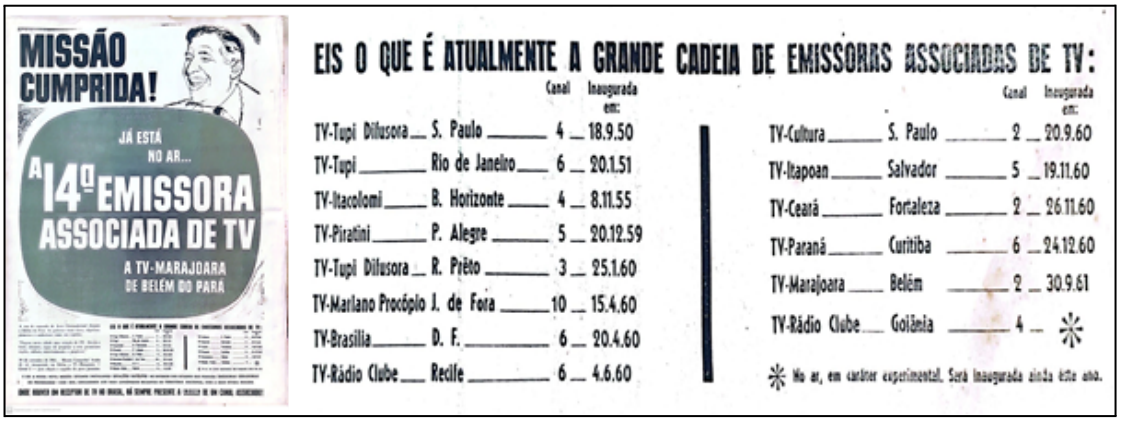
A TV RADIO CLUBE VAI ÀS RUAS

Fonte: Jornal Folha de Goyaz, 15 out. 1961.

Há relato neste mês que, seguindo o modelo dos programas ao vivo, o programa Super Show Elmac apresentaria no estúdio principal as alegorias do desfile das escolas no aniversário da capital, assim como o cantor Fernando Reis, da Tv Tupi de São Paulo.

No período pesquisado não foi possível definir com exatidão como e quando a emissora entrou no ar, contudo, em 26 de outubro foi possível compreender que a Tv Rádio Clube de Goiânia funcionava em caráter experimental até então, como mostra o detalhe de anúncio sobre a inauguração da TV Marajoara em Belém, Pará.

Figuras 14 e 15 -Inauguração Tv Marajoara e Tv Rádio Clube experimental



Fonte: Jornal Folha de Goyaz, 26 out. 1961.

Matéria publicada em 27 de outubro na capa do jornal apontou a repercussão positiva da cobertura realizada no aniversário de Goiânia, principalmente entre os que já possuíam em suas casas um aparelho de televisão. As entrevistas com o público reforçam o impacto que a chegada da tv causaria na população. “Agora já podemos assistir de nossas casas aquilo que está acontecendo nas ruas de Goiânia, porque a Tv Rádio Clube leva até nós, no conforto do lar, tudo que está acontecendo” (Folha de Goiaz, 27/10/1961)

Na última edição de outubro (31), a Folha de Goiaz publicou mais uma vez o anúncio de venda de ações da pioneira TV. Desta vez, apresenta a equipe de corretores da Companhia Goiana de Industrialização autorizados a vendê-las. Todos os corretores tiveram suas fotos e nomes estampados no jornal. Vender ações de uma televisão que pouca gente tinha acesso poderia causar certa desconfiança nos potenciais compradores e a apresentação dos corretores garantiria mais credibilidade. Além disso, a palavra “aguardem” dos primeiros anúncios (figura 2) foi substituída pela palavra “compre”.

Figura 16 -Fotos dos corretores autorizados a vender ações



Fonte: Jornal Folha de Goyaz, 31 out. 1961.

Nas edições de outubro duas imagens se destacam frequentemente. Os Diários Associados como grandes exploradores, benfeitores e responsáveis por divulgar a cultura em Goiás e a televisão como significado de progresso e cultura.

Figuras 17 e 18 -Notas publicadas no jornal



Os Diários Associados de Goiás São, Por Lei, «Benfeitores do Progresso de Goiás»

Assim, fomos estimulados para novas conquistas no campo da cultura e da divulgação.
E uma rêde de TV cobrindo as principais cidades de Goiás será a nossa próxima realização. Mas, precisamos da ajuda de todos.
Subscreva hoje mesmo ações da Rádio Clube e dê a Goiás uma grande rêde de imagem de televisão.
Receba com alegria um inspetor da Cia. Goiana de Industrialização incorporadora do aumento de capital da TV Rádio Clube de Goiânia.

Televisão é Progresso e Cultura

Já nos orgulhamos de nossa TV e partimos para a tarefa de trazer a imagem do Rio, São Paulo e Brasília também, para dentro de sua casa.
Isto sòmente será possível com a integralização do aumento do capital da Rádio Clube de Goiânia, proprietária da TV-Rádio Clube.
Subscreva ações com a Cia. Goiana de Industrialização que mantém corretores credenciados (Rua 20 n. 90 — Tel. 3644).

Fonte: Jornal Folha de Goyaz, out. 1961.

As notas constroem, assim, uma atmosfera de que Goiás estaria na rota do progresso por meio da televisão e consequentemente credibilidade para a venda das ações, que poderia levar a mais um avanço tecnológico com a transmissão para Goiás de imagens de São Paulo, Rio de Janeiro e Brasília.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao realizar esta pesquisa uma questão central já a fazia desafiadora. Encontrar nas páginas dos jornais registros de um passado que revelasse os primeiros momentos daquele novo meio, que pudessem trazer respostas a questões de como e quando em que conjuntura a primeira televisão de Goiás entrou efetivamente no ar, quais seus atores sociais do momento e como se dá esse processo comunicacional em terras goianas considerando um contexto

Os dados anteriormente já conhecidos apontam para um funcionamento a partir de 6 de setembro de 1961, porém, dentro dos documentos e períodos analisados não se encontrou nenhuma referência de data com exatidão, mas entende-se que foi um início considerado experimental e não oficial que perdurou por um longo prazo. Nos dois meses avaliados não foi anunciado oficialmente que já havia uma televisão em funcionamento. O

próprio jornal só intensificou as notícias sobre a televisão a partir de outubro, quando investiu nas vendas de ações para que a emissora fosse inaugurada e retransmitisse o sinal da TV Tupi. Houve a necessidade de apelar para a contribuição do público para que o grupo pudesse ter condições de seguir na tarefa de oficializar as transmissões. Também não há menção sobre a outorga do Governo Federal para a concessão regulamentada da emissora ao grupo. Quanto aos primeiros programas realizados ao vivo nasciam em grande parte vinculados às publicidades como General Novilar e Elmac.

O pioneirismo do grupo Diários Associados, que conseguiram instalar na capital jornal, rádio e televisão, lhe rendeu em Goiás o título de Benfeitores do Progresso de Goiás, explorado em muitas edições do impresso, e foi esta concepção que o grupo também passou a utilizar no convencimento da população sobre a importância de uma emissora local, que significaria ter mais acesso à informação dos acontecimentos e estar inserido em um mundo de progresso e cultura, visto que a televisão marca uma grande transformação tecnológica dos meios de comunicação no Brasil.

REFERÊNCIAS

BARBOSA, Marialva. Como escrever uma história da imprensa. 2º Encontro Nacional da Rede Alfredo de Carvalho, n.2, 2004, Florianópolis – SC. **Anais** - Eventos Nacionais- 2º Encontro-2004. p. 1-11. Disponível em: https://redealcar.org/anais-eventos-nacionais-2o-encontro-2004/ . Acesso em: 13 abr. 2024

BARBOSA, Marialva. **História da comunicação no Brasil**. Petrópolis, Rio de Janeiro: Vozes,2013.

BARBOSA, Marialva. **História Cultural da Imprensa no Brasil:** 1900-2000. Rio de Janeiro: Mauad X, 2009.

BARBOSA, Marialva, BORGES, Rosana Maria Ribeiro. Redes e Conexões como perspectivas metodológicas nos estudos histórico-culturais da imprensa no Brasil: entre o local e o nacional. **História Caribe** Vol. XIX No. 44 (Enero-Junio 2024): 27-55. DOI: https://doi.org/10.15648/hc.44.2024.3891 Disponível em : https://investigaciones.uniatlantico.edu.co/revistas/index.php/Historia_Caribe/index . Acesso em: 01 out. 2024

BERGAMO, Alexandre. **A Reconfiguração do público**. In: História da televisão no Brasil**.** Do início aos dias de hoje. Ana Paula Goulart, Igor Sacramento, Marco Roxo (orgs). São Paulo: Contexto, 2010.

BORGES, Rosana Maria Ribeiro, BARBOSA, Marialva. Diálogos do “sexo débil”: significações das cartas de mulheres no jornal A Matutina Meiapontense (1830-1834). **Galáxia** (São Paulo, *online*), n. 44, mai-ago, 2020, p. 173-187. http://dx.doi.org/10.1590/1982-2553202024408. Acesso em 25 set,2024.

BORGES, Rosana Maria Ribeiro Borges, BARBOSA, Marialva. **História Cultural da Imprensa Goiana no século XIX.** Goiânia: Cegraf UFG,2024.

Caldas, Pedro Spinola Pereira. A necessidade do método na pesquisa histórica. In: **Metodologia da Pesquisa Histórica**: v. único / Felipe Charbel Teixeira, Henrique Estrada Rodrigues, Pedro Spinola Pereira Caldas, Rodrigo Turin (orgs) - Rio de Janeiro: Fundação CECIERJ, 2014. 410 p. Disponível em: https://canal.cecierj.edu.br/012016/d52c9e6523788d91b65aac212a122404.pdf#page=9.45 Acesso: 11 out, 2024.

CERTEAU, Michel de. **A escrita da história**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1982.

CHARTIER, Roger. **A história cultural:** entre práticas e representações. Lisboa: DIFEL,2002.

FONSECA JUNIOR, Wilson Corrêa. Análise de conteúdo. *In*: Duarte Jorge; Barros, Antônio (org). **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação**. São Paulo: Atlas,2005.

Godinho, Iuri Rincon. **A História da TV em Goiás. Goiânia**: Contato Comunicação, 2008.

GIL Antônio Carlos. **Métodos e Técnicas de pesquisa social**. 5 ed. São Paulo: Atlas,1999.

JAMBEIRO, Othon. **A Tv no Brasil do século XX**. Salvador: Edufba, 2001.

LAKATOS, Eva; Marconi, Marina. **Fundamentos de Metodologia Científica**. 5 ed. São Paulo: Atlas, 2003.

Le Goff, Jaques. **História e Memória**. tradução Bernardo Leitão ... [et al.]. Campinas, SP UNICAMP, 1990. (Coleção Repertórios).

MATTOS, Sérgio. **História da televisão Brasileira:** uma visão econômica, social e política. Petrópolis: Editora Vozes, 2 ed., 2002.

MINAYO, M. C. de S. (Org.). **O desafio do conhecimento:** pesquisa qualitativa em saúde**.** 14 ed. Rio de Janeiro: Hucitec, 2014. 408 p.

Padilha Maria Itayra Coelho de, Borenstein, Miriam Süsskind. O método de pesquisa histórica na enfermagem. **Texto Contexto Enferm**, Florianópolis, 2005 Out-Dez; 14(4):575-84. Disponível em: https://www.scielo.br/j/tce/a/xP3qnvKypfxsX3NXZGyf3vk/?lang=pt. Acesso: 07 out,2024.

SALES JÚNIOR, Francisco das Chagas, KNEIPP Valquíria Aparecida Passos. A regionalização da televisão no Brasil: a implantação das emissoras pioneiras nos estados e regiões. **Revista Brasileira de História da Mídia,** São Paulo, v. 11, n. 2, p. 143-161, jul./dez. 2022 143. Acesso em 07 out, 2024

SOUZA Carlos de. Entrevista concedida a Associação Goiana da Imprensa In. **Imprensa goiana, depoimentos para a sua história**. Goiânia, Imprensa - Goiás, 1980, p. 435

As autoras são responsáveis pela fidedignidade dos dados apresentados.

BALENCIAGA: UMA HISTÓRIA MODERNA

Luiza B Bucker[1]

RESUMO

O artigo analisa como as mudanças sociopolíticas e culturais do século XX influenciaram o trabalho de Cristobal Balenciaga. Destacam-se criações para a aristocracia e para a burguesia da época, o papel do feminino, a importância da moda na criação de cultura. Utilizando o referencial teórico de historiadores e sociólogos, o artigo examina as inovações e resistências de Balenciaga. Os resultados abordam a manutenção da exclusividade, refletindo as dinâmicas de poder e status em uma sociedade em transformação, e seu impacto duradouro na moda.

Palavras-chave: comunicação e consumo; moda; história da comunicação.

BALENCIAGA: A MODERN LEGACY

ABSTRACT

The article analyzes how the sociopolitical and cultural changes of the 20th century influenced the work of Cristobal Balenciaga. It highlights creations for the aristocracy and bourgeoisie of the time, the role of femininity, and the importance of fashion in shaping culture. Using theoretical frameworks from historians and sociologists, the article examines Balenciaga's innovations and resistances. The results emphasize the preservation of exclusivity, reflecting the dynamics of power and status in a society undergoing transformation, and its lasting impact on fashion.

Keywords: Communication and consumption; fashion; history of communication.

INTRODUÇÃO

O século XX foi um período de profundas transformações sociopolíticas e culturais que redefiniram os rumos da humanidade. Eventos marcantes como as duas Guerras Mundiais, a Revolução Russa, a Grande Depressão, a ascensão dos regimes totalitários, os movimentos de independência colonial e a Guerra Fria moldaram não apenas a geopolítica global, mas também influenciaram significativamente as dinâmicas sociais, econômicas e culturais. Paralelamente, avanços tecnológicos e industriais revolucionaram os meios de produção, comunicação e transporte, facilitando a disseminação de ideias e tendências em escala global.

No campo social, houve uma crescente urbanização e uma mudança nos padrões de consumo, impulsionada pelo desenvolvimento do capitalismo e pela expansão da classe média. Movimentos feministas ganharam força, lutando por direitos e redefinindo o papel da mulher na sociedade. A moda, como expressão cultural e reflexo dos tempos, acompanhou

[1] Mestranda em Comunicação e Práticas do Consumo, ESPM-SP. E-mail: luizabucker@gmail.com. Bolsista CAPES.

de perto essas mudanças, tornando-se não apenas uma forma de expressão estética, mas também um indicador das transformações sociais e políticas em curso.

Este artigo propõe uma jornada através da história das interfaces de comunicação e consumo na moda, focalizando a figura emblemática de Cristóbal Balenciaga, um pioneiro que revolucionou o mundo da alta-costura. Nascido na Espanha em 1895, Balenciaga vivenciou as turbulências e os avanços do século XX, e suas criações refletem a intersecção entre tradição e modernidade. Nossa abordagem se ancora na metodologia de revisão bibliográfica e digital, combinando análise textual de fontes acadêmicas com a exploração visual de modelos históricos da marca Balenciaga.

O objetivo é traçar um panorama que ilustre a interação dinâmica entre as transformações sociais, culturais e políticas do século XX e sua influência na moda, particularmente nas inovações trazidas por Balenciaga. Ao examinar os embates entre a burguesia e a nobreza, que marcaram um momento crucial de transição, exploramos como Balenciaga, inicialmente um costureiro para a aristocracia espanhola, adaptou-se e prosperou no cenário parisiense. Suas criações refletem os ventos de mudança e os ares burgueses, incorporando novos materiais, técnicas e formas que dialogavam com o espírito da época.

O artigo também analisa como as mudanças sociais e culturais do início do século XX, com o frenesi burguês e o fenômeno do espetáculo, se entrelaçam com a moda subsequente. Isso se manifesta nas escolhas de materiais e nos cortes inovadores de Balenciaga, que capturaram a essência de uma sociedade em transformação. Além disso, discutimos a dialética da reprodutibilidade na moda, destacando a decisão de Balenciaga de fechar suas portas frente à crescente onda do prêt-à-porter. Essa escolha revela tanto sua busca pela preservação da aura única de suas peças quanto sua resposta às pressões da sociedade contemporânea em direção à massificação.

Ao reunir imagens históricas das criações de Balenciaga com a análise teórica de pensadores como Hobsbawm, Benjamin, Berman, este artigo oferece uma perspectiva aprofundada sobre a intersecção entre moda, sociedade e cultura. Destacamos a contribuição duradoura de Cristóbal Balenciaga para o mundo da moda e sua relevância no contexto da comunicação e consumo contemporâneos, evidenciando como sua obra continua a influenciar designers e a inspirar debates sobre autenticidade, exclusividade e o papel da moda na construção cultural.

DESENVOLVIMENTO

O início do século XVIII trouxe mudanças profundas que impactaram diversos aspectos da vida social, econômica e cultural. Essas transformações foram catalisadas por duas revoluções principais – a industrial, centralizada em Londres, e a sociopolítica, com raízes em Paris. Segundo Hobsbawm (1989), essas mudanças criaram uma nova estrutura de poder onde a ascensão da classe trabalhadora e a formação de novas identidades nacionais reconfiguraram a sociedade e suas dinâmicas. Nesse contexto de revolução, consolidou-se a mentalidade moderna, caracterizada por valores como mobilidade (tanto social quanto geográfica), liberdade, autonomia e a emergência do indivíduo como cidadão ativo e participante da democracia.

> A grande revolução de 1789-1848 foi o triunfo não da "indústria" como tal, mas da indústria capitalista; não dá liberdade e da igualdade em geral, mas da classe média ou da sociedade "burguesa" liberal; não da "economia moderna" ou do "Estado moderno", mas das economias e Estados cm uma determinada região geográfica do mundo (parte da Europa e alguns trechos da América do Norte), cujo centro eram os Estados rivais e vizinhos da Grã-Bretanha e França. A transformação de 1789-1848 é essencialmente o levante gémeo que se deu naqueles dois países c que dali se propagou por todo o mundo (Hobsbawn, 1989, p.17).

A revolução de 1789 a 1848, como Hobsbawm destaca, não foi apenas um triunfo da indústria, mas da indústria capitalista; não foi apenas uma vitória da liberdade e igualdade em abstrato, mas da sociedade burguesa e da classe média liberal. As cidades tornaram-se os principais cenários dessas mudanças, representando o espírito da modernidade e simbolizando o desenvolvimento da sociabilidade urbana. Com isso, novas práticas de consumo emergiram, especialmente entre as mulheres da burguesia, que desempenhavam um papel essencial na educação para o consumo. Frequentando magazines e lojas de departamento, essas mulheres não apenas compravam para suas famílias, mas também moldavam novos padrões e rituais de consumo. Essa prática foi intensificada pelo surgimento das vitrines, que adicionaram uma nova dimensão visual e simbólica ao ato de comprar, ao mesmo tempo em que transformaram o consumo em uma atividade visível e socialmente influente. “O grande magazine foi o primeiro espaço público que permitiu a livre presença da mulher burguesa, antes restrita às esferas domésticas – as casas uma das outras – e sagradas – como as igrejas.” (Frid, 2016, p.91)

Isso marca um ponto de transição, em que a modernidade enfatizava a temporalidade e a ritualidade, convertendo o ato de compra em um ritual em si. Os calendários de consumo, como o Dia dos Pais, exemplificam como a racionalidade e a disciplina tornaram-se fundamentais tanto para a organização da produção quanto para a educação e alfabetização da população.

A modernidade também trouxe uma nova ênfase à mercadoria visível e tangível. Nesse ambiente de mudanças sociais e culturais, Cristóbal Balenciaga, originalmente costureiro da aristocracia espanhola, se adaptou ao cenário parisiense, onde suas criações passaram a dialogar com a emergente burguesia, que começava a definir os contornos da moda e do consumo. Ainda que ele mantivesse uma clientela aristocrática, suas peças refletem a complexidade do momento e a interconexão entre moda, sociedade e economia na era moderna.

Figura 1 – Vestido feito para a futura rainha da Bélgica Fabiola de Mora y Aragón



Fonte: Fashion For Future (Hoffert, 2021)

O NASCIMENTO DO 'MAESTRO'

A história de Balenciaga é remontada por Miller (2017). Em uma pequena cidade costeira do País Basco, na Espanha, nasceu um menino que revolucionaria para sempre o mundo da alta costura. Cristóbal Balenciaga, filho de uma costureira e um pescador, cresceu entre agulhas, linhas e tecidos, desenvolvendo desde cedo uma compreensão única sobre a arte do vestir. Sua jornada, iniciada nos humildes ateliês de sua mãe em Getaria, o levaria a

se tornar um dos mais influentes estilistas do século XX, reverenciado por seus pares como "O Mestre" da alta costura.

Nascido em 21 de janeiro de 1895, Balenciaga começou sua carreira formal ainda jovem, aos 12 anos, quando chamou a atenção da Marquesa de Casa Torres, uma nobre local que se tornaria sua primeira patrona. Sob sua tutela, o jovem Cristóbal teve acesso a um mundo de refinamento e elegância que moldaria sua visão artística. A aristocrata não apenas o introduziu aos códigos da moda da época, mas também proporcionou seu primeiro contato com as grandes casas de costura parisienses, que mais tarde se tornariam suas rivais e admiradoras.

A ascensão de Balenciaga no mundo da moda foi meteórica, mas meticulosamente construída. Em 1917, ele abriu sua primeira casa de costura em San Sebastián, expandindo posteriormente para Madrid e Barcelona. Sua clientela crescente entre a aristocracia espanhola testemunhou o nascimento de um estilo único, que fundia a tradição da alfaiataria espanhola com uma modernidade revolucionária. No entanto, foi a eclosão da Guerra Civil Espanhola, em 1936, que o forçou a deixar seu país natal e estabelecer-se em Paris, onde sua genialidade encontraria seu verdadeiro palco.

A capital francesa, então indiscutível centro mundial da moda, recebeu Balenciaga com ceticismo inicial, mas logo se rendeu ao seu talento extraordinário. Em agosto de 1937, ele inaugurou sua maison na Avenue George V, número 10, endereço que se tornaria sinônimo de excelência em alta costura. Ali, Balenciaga desenvolveria suas mais icônicas criações, desafiando as convenções estabelecidas e redefinindo a silhueta feminina com uma precisão arquitetônica que lhe valeria o apelido de "O Arquiteto da Moda".

BALENCIAGA NA VANGUARDA DA MODERNIDADE

Com a ascensão da burguesia no século XVIII, a moda se transformou significativamente, e Cristóbal Balenciaga desempenhou um papel crucial nessa transição ao introduzir inovações que refletiam as mudanças culturais e sociais da época. Sendo o primeiro estilista a incorporar materiais sintéticos e tecidos com padronagens de répteis (Porto, s.d.), Balenciaga não apenas abraçou o modus urbano, mas também traduziu a cultura do momento em seus cortes e designs. Berman (2008) observa que a burguesia, estabelecida como uma classe dominante, distinguia-se por uma autoridade baseada em realizações individuais e coletivas, ao invés de um legado ancestral. Esse espírito de

mobilidade social e inovação, características da burguesia, estava presente nas criações de Balenciaga, que atendiam a um público em busca de status e expressão de identidade.

A burguesia, ao fomentar a ideia de que a ação organizada pode transformar o mundo, produziu novos paradigmas e imagens do que seria uma vida ideal, centrada na ação e na inovação. Essa classe, como aponta Peter Gay (1989), era definida também pela exclusão: não eram aristocratas, proletários, nem rurais, mas ocupavam uma posição única, que se destacava por aspirações próprias e uma nova visão de mundo. Nesse contexto, Balenciaga tornou-se um símbolo para essa burguesia emergente, que buscava uma estética que refletisse seu dinamismo e ambição.

Além de representar os ideais da burguesia, Balenciaga também refletiu em suas criações as mudanças nos papéis femininos dos anos 1920. Em uma época em que as mulheres começavam a se afirmar como profissionais e consumidoras, suas peças incorporavam um novo estilo de liberdade e autonomia. As silhuetas desenhadas por Balenciaga eram pensadas para diversos tipos de corpo (Mutti, 2015), destacando sua habilidade em capturar a diversidade feminina e adaptá-la às demandas da modernidade. Se antes, mulheres deveriam cobrir os calcanhares e não poderiam usar saias, agora a moda refletia os novos tempos em que as mulheres também eram reconhecidamente capazes de trabalhar (Braga, 2001).

Figura 2 - Coleção de diferentes silhuetas criadas por Balenciaga



Fonte: Fashion For Future (Hoffert, 2021)

Tecnicamente, no contexto da moda, Balenciaga exemplifica como o sistema de moda opera em múltiplas capacidades, conforme discutido por McCracken (2012). Primeiramente, a moda funciona como um veículo de transferência de significados culturais para os bens de consumo, similar ao papel desempenhado pela publicidade. Em segundo lugar, os formadores de opinião, como pessoas de altas classes sociais, artistas de cinema e da música, clientes de Balenciaga, não apenas moldam os significados culturais existentes, mas também inventam novos significados, promovendo uma reforma nas categorias e princípios culturais. Esta inovação é crucial em sociedades industriais ocidentais, que, nas palavras de Lévi-Strauss, são "sociedades quentes", caracterizadas por uma aceitação e até incentivo à mudança constante e profunda.

McCracken (2012) complementa essa análise ao destacar o papel dos influenciadores culturais, que não apenas moldam os significados culturais existentes, mas também inventam novos, reformando princípios e categorias culturais. Esses formadores de opinião, permeáveis a inovações, difundem significados que acabam sendo imitados por aqueles que os veem como referência. Na moda, figuras públicas e da alta sociedade que consumiam as criações de Balenciaga transmitiam esses significados para outros grupos sociais, reforçando a moda como um sistema de comunicação. As peças de Balenciaga, ao serem usadas por membros das elites, tornaram-se símbolos culturais, que não só refletiam, mas também moldavam as dinâmicas sociais e econômicas da época.

> Todos esses novos formadores de opinião inventam e distribuem uma espécie de significado que tem sido criada, em grande parte, a partir de coordenadas culturais predominantes estabelecidas por categorias culturais e princípios culturais. Esses formadores de opinião são permeáveis a inovações culturais, que repassam aos subordinados que os imitam (Mckraken, 2012, p.105).

Assim, a moda de Balenciaga exemplifica a interatividade entre cultura e consumo, contribuindo para a perpetuação de uma realidade onde a imagem e a aparência frequentemente se sobrepõem ao real. O ciclo criado entre influenciadores e consumidores amplia o espetáculo, estabelecendo um ambiente onde a moda e a cultura se entrelaçam e constroem identidades e valores. Esse cenário reflete como a moda, além de ser um fenômeno estético, se torna um reflexo das dinâmicas sociais e culturais, assumindo o papel de uma poderosa ferramenta de controle social e expressão cultural. As criações de Balenciaga não apenas capturaram a essência do ethos burguês de seu tempo, mas também ajudaram a moldar e definir a identidade cultural através não só da criação dos trajes únicos,

mas das tendências comunicacionais (da moda) que criaram mais mercadorias, estabelecendo novos paradigmas de consumo que perduram até os dias de hoje.

BALENCIAGA NA CONTRAMÃO DA MODERNIDADE

Embora Cristóbal Balenciaga tenha sido uma figura de destaque no modernismo, consolidando tendências e alcançando grande sucesso entre a burguesia, sua abordagem à moda e seu estilo reservado nos meios de comunicação o posicionaram como um contraponto. Enquanto outras marcas de luxo ampliavam sua presença com novas lojas e coleções, Balenciaga escolheu fechar seu atelier, um gesto simbólico de resistência à massificação e de preservação da exclusividade. Sua decisão refletia uma visão mais tradicional e artística da moda, na qual a criação artesanal e a autenticidade eram valores centrais.

A partir de meados do século XVIII, costureiros e cabeleireiros começaram a ganhar prestígio artístico, e muitos passaram a evidenciar seu status como burgueses com elevado capital cultural (Lipovetsky, 2005). No século XIX, observou-se o primeiro marco de uma moda de luxo estruturada nos moldes burocrático-estéticos e industriais modernos, especialmente com a ascensão de Charles Frederick Worth. Worth, considerado o primeiro grande costureiro, iniciou sua carreira em uma *marchande de modes*, onde rapidamente conquistou reconhecimento e se tornou uma figura destacada. Ele participou das exposições universais de Londres e Paris, eventos que celebravam as inovações trazidas pela industrialização e o progresso técnico e cultural da época. Worth estabeleceu as bases da alta-costura moderna, introduzindo o conceito de exclusividade e personalização que seria seguido por gerações de estilistas, inclusive Balenciaga (Lipovetsky, 2005).

Com o advento da Segunda Guerra Mundial, porém, a indústria da alta-costura sofreu um golpe significativo. O conflito interrompeu o fluxo de materiais essenciais para a criação de peças luxuosas, minando o comércio de moda de luxo e dificultando o acesso aos mercados internacionais. Paris, então o epicentro da alta-costura, viu suas principais casas de moda enfrentarem uma crise devido à escassez de recursos e à diminuição do poder de compra das elites. Além disso, a guerra provocou uma mudança na mentalidade de consumo; o luxo e a ostentação tornaram-se, temporariamente, menos apropriados em uma época marcada pelo racionamento e pela necessidade de se adaptar a tempos difíceis.

Essa transformação no cenário da moda impactou profundamente estilistas e clientes, acelerando a popularização de alternativas mais acessíveis. Com a recessão econômica e as prioridades voltadas para o esforço de guerra, o prêt-à-porter começou a emergir como uma solução prática e acessível, destacando-se como uma alternativa à alta-costura.

Segundo Lipovetsky (2009), o prêt-à-porter marcou uma ruptura com a alta-costura ao introduzir uma produção em massa acessível e inspirada nas tendências do momento. Esse movimento democratizou a moda, promovendo a cultura do consumo imediato, da novidade e da juventude, alinhado aos ideais individualistas e à cultura hedonista de massa. Contudo, Balenciaga manteve-se fiel à exclusividade e à qualidade artesanal de suas peças, recusando-se a seguir o caminho da produção em série. Essa postura ressaltava sua dedicação ao caráter artístico e singular de suas criações, evidenciando seu compromisso com a alta-costura em uma era de rápidas transformações e crescente obsolescência.

Lipovetsky (2009) ressalta que o prêt-à-porter, com suas raízes na cultura do consumo imediato e na valorização da novidade e da juventude, representou uma ruptura com as normas da alta-costura. Caracterizado por uma produção em massa acessível, o movimento refletia a democratização dos gostos de moda, impulsionada por ideais individualistas e pela cultura hedonista de massa. Esta transformação significava uma mudança não apenas nas técnicas de produção, mas também na relação do consumidor com seus objetos de desejo.

> À diferença da confecção tradicional, o prêt-à-porter engajou-se no caminho novo de produzir industrialmente roupas acessíveis a todos, e ainda assim moda, inspiradas nas últimas tendências do momento (Lipovetsky, 2009, p.126).

No pós-guerra, quando o prêt-à-porter começou a se consolidar definitivamente, Balenciaga manteve-se fiel à exclusividade e à qualidade artesanal de suas peças, recusando-se a seguir o caminho da produção em série. Esse movimento de democratização da moda promovia a cultura do consumo imediato, da novidade e da juventude, alinhando-se aos ideais individualistas e hedonistas da sociedade de massa. Em vez de ceder às demandas do mercado de massa, ele reforçou seu compromisso com a criação de peças exclusivas, adaptando-se às dificuldades da época sem abrir mão da excelência artística. Esta decisão reflete um entendimento que, ao preservar a exclusividade e a qualidade artesanal, ele mantinha uma conexão com a tradição da alta costura, mesmo em uma era de rápida mudança e obsolescência da produção massificada.

Embora Balenciaga não estivesse envolvido diretamente em movimentos revolucionários, sua escolha de manter a autenticidade e a exclusividade de suas criações poderia ser vista como uma resistência ao consumo padronizado e à hiper mercantilização da arte da alta costura.

Por outro lado, mesmo que Balenciaga tenha evitado o prêt-à-porter, suas práticas de ateliê estabeleceram padrões que influenciaram a evolução da moda e da indústria de consumo. A alta-costura trouxe princípios que foram fundamentais para a chamada "indústria leve": a iniciativa e a independência dos fabricantes, a variação regular das formas e a multiplicação dos modelos. Segundo Lipovetsky (2009), esses aspectos, antes exclusivos do luxo, tornaram-se centrais para as indústrias de consumo modernas, onde a moda se tornou estruturada pela sedução e pelo desuso acelerado. Assim, a abordagem de Balenciaga, embora resistisse à massificação, acabou servindo de modelo para o desenvolvimento de uma indústria que associava moda e consumo.

> Iniciativa e independência do fabricante na elaboração das mercadorias, variação regular e rápida das formas, multiplicação dos modelos e séries — esses três grandes princípios inaugurados pela Alta Costura não são mais apanágio do luxo do vestuário, são o próprio núcleo das indústrias de consumo. A ordem burocrático-estética comanda a economia do consumo agora reorganizada pela sedução e pelo desuso acelerado. A indústria leve é uma indústria estruturada com a moda (Lipovetsky, 2009, p. 184).

Balenciaga exemplifica o paradoxo entre inovação e tradição na moda moderna. Sua trajetória revela uma dualidade: enquanto impulsionava a inovação e abraçava os novos valores burgueses, sua resistência à produção em massa destacava seu apego à qualidade artesanal e à exclusividade, marcas da alta-costura. Esta dualidade destaca o paradoxo intrínseco à moda de Balenciaga: enquanto buscava inovação e rompia com as tradições, também mantinha um apego a certos elementos do passado e à valorização do artesanato.

Em suma, a trajetória de Balenciaga na moda demonstra uma complexa interação com a modernidade. Por um lado, ele personificou a inovação e a modernização, influenciando a indústria cultural, mas por outro, sua decisão de se afastar do prêt-à-porter e manter a exclusividade de suas criações ressalta uma resistência à massificação, permitindo que sua obra mantivesse uma aura singular e uma integridade artesanal que se perderia na produção em série.

A RESISTÊNCIA À REPRODUTIBILIDADE TÉCNICA E A PRESERVAÇÃO DA EXCLUSIVIDADE

Ao longo de sua carreira, Cristóbal Balenciaga manteve uma abordagem única que resistia ao movimento crescente pela reprodutibilidade técnica na moda. Essa escolha foi em grande parte motivada por sua visão de que as criações de alta-costura deveriam ser obras de arte exclusivas, impossíveis de serem replicadas em série sem perda de sua essência. Em sua análise sobre a arte e a reprodução, Walter Benjamin (1994) argumenta que a reprodução técnica desafia a autenticidade e a originalidade da obra de arte, retirando dela o "aqui e agora" – sua presença única e insubstituível.

Para Benjamin (1994), mesmo nas reproduções mais perfeitas, o "aqui e agora" da obra de arte original, sua presença única e autêntica, está ausente. E mais, a reprodução afetaria o objeto reproduzido. Uma peça de roupa exclusiva deixaria de sê-lo caso fosse seriada. Nas palavras do autor,

> Generalizando, podemos dizer que a técnica da reprodução destaca do domínio da tradição o objeto reproduzido. Na medida em que ela multiplica a reprodução, substitui a existência única da obra por uma existência serial. E, na medida em que essa técnica permite à reprodução vir ao encontro do espectador, em todas as situações, ela atualiza o objeto reproduzido (Benjamin, 1994, p.168).

A distinção entre uma peça de alta-costura e uma produção de prêt-à-porter residiria justamente na exclusividade e no processo artesanal que conferem um valor singular à obra. Balenciaga, ao fechar seu atelier em 1968, fez uma escolha emblemática de preservar essa autenticidade, recusando-se a adaptar sua marca aos moldes do consumo massificado. Essa lógica de produção e consumo em massa contrastava com a visão de Balenciaga, que via suas criações como singulares, um reflexo de um rigor artístico que não poderia ser replicado sem comprometer a integridade da obra. A decisão de fechar seu atelier em resposta ao surgimento do prêt-à-porter pode ser vista, então, como uma tentativa de preservar essa aura, mantendo a singularidade e a autenticidade de suas criações em uma era cada vez mais focada na reprodução e na massificação.

Benjamin também discute o papel do cinema e da fotografia na alteração da natureza da arte. O cinema, uma criação coletiva, move-se do culto mágico e religioso para algo que pode ser amplamente disseminado e ter um viés político. Essa mudança desloca o foco do ritualístico e único para algo mais acessível e replicável. Balenciaga, por outro lado, manteve-se fiel ao conceito de "arte pela arte", valorizando a singularidade e a integridade artística sobre a produção em massa. Ao resistir à reprodução técnica de suas obras, talvez

visse sua técnica como algo que não poderia evoluir sem perder sua essência. Ele pode ter percebido que a reprodução em massa das peças de alta costura poderia diluir essa aura, transformando-as de arte em meras mercadorias. autenticidade e de sua relação ritualística. E o fenômeno da massificação de fato afetou a moda, que começou a ser vista como um produto acessível e efêmero. Balenciaga preferiu manter sua produção em um nível onde o valor artesanal era preservado, posicionando-se contra essa tendência de democratização da arte e reafirmando seu compromisso com a exclusividade.

A resistência de Balenciaga à reprodutibilidade técnica reflete uma resposta crítica às mudanças sociais e tecnológicas de seu tempo. Ele escolheu não se adaptar ao crescimento da recepção tátil, realizada pela massa, que favorece a recepção pela distração, pelo hábito, e difere da recepção por especialistas. Sua decisão pode ser interpretada como um desejo de manter um público mais atento e engajado, ao invés de um que consome 'moda' (as aspas se referem à discussão de ser moda, ser arte, mesmo sendo massificada) de forma distraída e desapegada. Balenciaga pode ter escolhido não seguir o caminho da moda reprodutível para evitar a recepção pela distração, mantendo o foco na qualidade e na singularidade de suas peças.

A escolha de Balenciaga em se manter fiel ao conceito de moda como arte também o posiciona em contraste com o consumismo de massa. Ele entendia que a reprodutibilidade comprometeria não apenas a qualidade estética, mas também a experiência e a apreciação da moda. Suas peças, longe de serem produzidas em série, exigiam um olhar atento e uma relação pessoal com a criação, características que tornavam cada traje uma obra única, destinada a resistir às flutuações e modismos do mercado.

Assim, a resistência de Balenciaga à reprodutibilidade técnica destaca uma postura que valorizava a autenticidade e a qualidade artesanal em uma era marcada pela produção em massa e pelo efêmero. Sua decisão de se afastar do prêt-à-porter e manter o atelier fechado após sua aposentadoria sublinha uma lealdade aos princípios da alta-costura, reforçando a ideia de que a moda, para ele, era muito mais do que um fenômeno de consumo – era uma forma de expressão artística que deveria preservar sua aura, sua autenticidade e seu valor estético.

No contexto da teoria crítica, a postura de Balenciaga dialoga com o conceito de "indústria cultural" desenvolvido por Adorno e Horkheimer (1985). Sua recusa em adaptar-se aos ditames da produção em massa representa uma crítica prática à padronização e à

pseudo-individualização características da cultura industrializada. Ao manter-se fiel aos princípios da alta costura, ele preserva não apenas técnicas artesanais, mas sobretudo uma forma de resistência cultural que questiona a própria natureza da arte na era de sua reprodutibilidade técnica.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A trajetória de Cristóbal Balenciaga deixou um impacto profundo e duradouro na moda e na cultura, consolidando-o como um ícone que redefiniu os parâmetros da alta-costura e desafiou as convenções do consumo de massa. Suas criações capturaram a essência do ethos burguês e moldaram o imaginário coletivo de sua época, expressando ideais de liberdade, autonomia e mobilidade social que caracterizam a individualidade moderna. Através de uma abordagem artesanal rigorosa e inovações que exploravam forma, estrutura e silhueta, Balenciaga influenciou gerações de estilistas e se tornou uma referência fundamental no universo da alta-costura.

No contexto da modernidade, as mulheres da burguesia emergiram como protagonistas do consumo, moldando a moda e os valores culturais através de suas escolhas e participação ativa no mercado. Balenciaga respondia a essas novas consumidoras femininas com criações que exalavam elegância, adaptando-se aos diferentes tipos de corpo e simbolizando a emancipação e o papel transformador das mulheres. Sua abordagem meticulosa e o compromisso com a qualidade artesanal exaltavam a individualidade de cada cliente, tornando suas peças símbolos de um luxo refinado que celebrava a autenticidade e o caráter único da consumidora.

Ao recusar-se a adotar o prêt-à-porter e a produção em série, Balenciaga manteve seu compromisso com a exclusividade e a integridade artesanal, defendendo uma moda que valorizava a experiência pessoal e a autenticidade. Essa postura sublinhou sua visão da moda como uma expressão duradoura e uma manifestação de valores estéticos e sociais que iam além do consumo imediato. Ao insistir no rigor técnico e na precisão de suas criações, Balenciaga resistiu ao efêmero da sociedade do espetáculo, preservando em cada peça uma "aura" única e um compromisso com o valor artístico.

Balenciaga também desafiou o conceito de moda como um fenômeno efêmero e orientado pelo consumo imediato. Ao ver a moda como uma expressão cultural e um reflexo da identidade social de sua época, ele transcendia as tendências passageiras e a fugacidade

da sociedade do espetáculo. Para ele, cada peça de roupa era uma obra de arte singular, com um valor que ia além da mercantilização, preservando uma "aura" única que destacava a autenticidade e o valor estético.

O legado de Balenciaga permanece vivo, demonstrando que a moda, além de um fenômeno estético, é uma poderosa ferramenta de comunicação e um reflexo das identidades e transformações culturais de uma época. Sua trajetória ressalta a moda como uma forma de arte e uma expressão cultural que transcende o consumo imediato, oferecendo uma conexão mais profunda com os valores e as identidades pessoais e sociais. Cristóbal Balenciaga consolidou-se como um verdadeiro mestre da alta-costura, influenciando não apenas a moda, mas também a percepção de seu papel no contexto cultural, como um campo onde inovação e tradição se encontram e definem o futuro.

REFERÊNCIAS

ADORNO, Theodor W.; HORKHEIMER, Max. **Dialética do esclarecimento**: fragmentos filosóficos. Tradução de Guido Antonio de Almeida. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1985.

BENJAMIN, Walter. **Obras escolhidas**: magia e técnica, arte e política. São Paulo: Brasiliense, 1994.

BERMAN, Marshall. **Tudo que é sólido desmancha no ar**. São Paulo: Companhia das Letras, 2008.

BRAGA, João. A herança do século 20. Folha de S.Paulo, São Paulo, 30 jan. 2001. **Caderno Ilustrada.** Disponível em: https://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrad/fq3001200135.htm. Acesso em: 28 nov. 2023.

FRID, Marina; CORBO, Willian; ROCHA, Everardo (orgs.). **O paraíso do consumo**: Émile Zola, a magia e os grandes magazines. Rio de Janeiro: Mauad, 2016.

GAY, Peter. **A educação dos sentidos**: a experiência burguesa. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

HOFFERT, Ana Beatriz. O legado de Cristóbal Balenciaga na alta-costura. **Fashion for future**, 11 maio 2021. Disponível em: https://www.fashion-for-future.com/post/legado-balenciaga. Acesso em: 28 nov. 2023.

HOBSBAWM, Eric J. **A era das revoluções**: Europa 1789-1848. Trad. Maria Tereza Lopes Teixeira e Marcos Penchel. São Paulo: Editora Paz e Terra, 1989.

LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero**: a moda e seu destino nas sociedades modernas. Tradução Maria Lucia Machado. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.

LIPOVETSKY, Gilles; ROUX, Elyette. **O luxo eterno**: da idade do sagrado ao tempo das marcas. São Paulo: Companhia das Letras, 2005.

MCCRACKEN, Grant. **Cultura e consumo**: uma explicação teórica da estrutura e do movimento do significado cultural dos bens de consumo. 2012. Disponível em: https://doi.org/10.1590/S0034-75902007000100014. Acesso em: 28 nov. 2023.

MENDES, Silvano. Mundo da moda celebra centenário de Balenciaga com exposições na Europa. **RFI**, 2017. Disponível em: https://www.rfi.fr/br/franca/20170309-centenario-de-balenciaga-e-celebrado-com-exposicoes-na-europa. Acesso em: 28 nov. 2023.

MILLER, Lesley Ellis, and Victoria and Albert museum (Londres, Royaume-Uni). *Balenciaga: Shaping Fashion*. V & A Publishing, 2017.

MUTTI, Giulia. All You Need To Know About Cristóbal Balenciaga. **AnOther**, 14 abr. 2015. Disponível em: https://www.anothermag.com/fashion-beauty/7271/all-you-need-to-know-about-cristobal-balenciaga. Acesso em: 28 nov. 2023.

PORTO. Cristóbal Balenciaga na Infopédia [em linha]. Porto: Porto Editora. **Infopédia**, s.d. Disponível em https://www.infopedia.pt/$cristobal-balenciaga. Acesso em: 28 nov. 2023.

WEBER, Beta. História da moda: Balenciaga. **Steal the Look**, 2022. Disponível em: https://stealthelook.com.br/historia-da-moda-balenciaga/. Acesso em: 28 nov. 2023.

O(s) autor(es) é(são) responsável(is) pela fidedignidade dos dados apresentados.

A NARRATIVA JORNALÍSTICA SOB A PERSPECTIVA DAS INTERFERÊNCIAS HEGEMÔNICAS HETERONORMATIVAS: REFLEXÕES CUIR SOBRE A HIPÓTESE DO *NEWSMAKING*

Antônio Guilherme de Lima Santos[1]
Rosana Maria Ribeiro Borges[2]

RESUMO

O artigo analisa a interseção entre a hipótese do *Newsmaking* e os estudos Cuir na produção de notícias. A pesquisa qualitativa com editores do g1 busca compreender como questões de diversidade sexual e de gênero são abordadas pelas empresas jornalísticas. Os resultados revelaram que a hegemonia heteronormativa predomina entre os profissionais, indicando que a diversidade enfrenta barreiras significativas na linha editorial dos webjornais.

Palavras-chave: Teoria do *Newsmaking*; Estudos Cuir; Hegemonia heteronormativa; Construção Jornalística.

JOURNALISTIC NARRATIVE FROM THE PERSPECTIVE OF HEGEMONIC HETERONORMATIVE INTERFERENCES: QUEER REFLECTIONS ON THE NEWSMAKING HYPOTHESIS

ABSTRACT

The article analyzes the intersection between the Newsmaking hypothesis and Cuir studies in news production. The qualitative research conducted with g1 editors seeks to understand how issues of sexual and gender diversity are addressed by news companies. The results revealed that heteronormative hegemony predominates among professionals, indicating that diversity faces significant barriers within the editorial line of online news outlets.

Keywords: Newsmaking Theory; Queer Studies; Heteronormative hegemony; Journalistic constructions.

INTRODUÇÃO

A construção jornalística está atrelada a práticas rotineiras e, muitas vezes, apresenta um enquadramento objetivo da realidade. No entanto, a cobertura noticiosa também é moldada por versões de linhas editoriais, nas quais interesses comerciais influenciam a percepção e a reflexão sobre as produções das redações, alinhando-se a determinados critérios de noticiabilidade e a aspectos culturais que inserem concepções

[1] Jornalista e bolsista da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES), atualmente cursando o mestrado no Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGCOM) da Faculdade de Informação e Comunicação (FIC) da Universidade Federal de Goiás (UFG). E-mail: guilhermelimes@hotmail.com
[2] Professora do Curso de Jornalismo e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGCOM) da Faculdade de Informação e Comunicação (FIC) da Universidade Federal de Goiás (UFG). E-mail: rosana_borges@ufg.br

hegemônicas na elaboração de notícias. Essa assertiva é importante porque o jornalismo é uma atividade fundamental na formação da opinião pública, pois as produções jornalísticas são um dos elementos mediadores de leituras do mundo e dos seus eventos, de modo que angulações enviesadas podem cristalizar elementos simbólicos que estão na contramão do exercício da cidadania e dos próprios direitos fundamentais das pessoas.

A abordagem da população LGBTI+ na ampla maioria dos veículos tradicionais de comunicação e jornalismo brasileiros ainda se alinha a concepções hegemônicas e estruturas que discriminam questões de diversidade sexual e de gênero. Acerca da cristalização estereotipada de preconceitos, Lippmann (2008) argumenta que o estereótipo é frequentemente reforçado pela mídia, perpetuando padrões sociais que potencializam objeções à realidade social. Em análise complementar, Butler (2010) afirma que, além disso, essa forma de disseminação de informações pode limitar a interpretação de representações consideradas subalternas, uma vez que as hegemonias heteronormativas oprimem as formações abjetas.

A essas considerações, cabe acrescentar que, no contexto brasileiro, a imprensa enfrenta um período de instabilidade, uma vez que a sindicalização da profissão está relativamente desconectada da formação acadêmica dos jornalistas, precarizando, assim, a capacidade de refletir criticamente sobre as subjetividades culturais e sociais. Nesse cenário, a pesquisa proposta examina como as atividades e rotinas do Portal de Notícias g1 na Região Norte do Brasil ainda não refletem adequadamente a realidade de grupos marginalizados, especificamente em relação às discussões sobre sexualidade e gênero, que são frequentemente negligenciadas e estereotipadas dentro de lógicas hegemônicas.

O objetivo deste estudo, que integra a dissertação de mestrado do autor[3], orientado pela coautora, é analisar como as discussões sobre diversidade sexual e de gênero são efetivadas no cotidiano de trabalho dos jornalistas e nas rotinas do Portal de Notícias g1 na Região Norte, buscando compreender como os estudos cuir podem contribuir para uma reflexão crítica e interseccional no contexto do *newsmaking*, ou seja, no processo de construção jornalística nas redações. Assim, a pesquisa investigou como a ausência de debates sobre essas pautas resulta em representações estereotipadas e estigmatizadas da

[3] O projeto de dissertação, provisoriamente intitulado “Discursos jornalísticos sobre a comunidade LGBTI+: uma análise comparada no Portal de Notícias g1 das capitais nortistas brasileiras”, está viculado ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGCOM) da Faculdade de Informação e Comunicação (FIC) da Universidade Federal de Goiás (UFG), com previsão de defesa para fevereiro de 2025.

população LGBTI+. Para tanto, foi realizada uma análise qualitativa de entrevistas em profundidade concedidas por editores dos webjornais do Portal de Notícias g1 da Região Norte, a fim de examinar como as questões de diversidade sexual e de gênero são tratadas pelas afiliadas do Grupo Globo Comunicações e Participações S.A.

TEORIA PELA LINHA EDITORIAL

A construção de uma notícia está intrinsecamente ligada a diversos processos que envolvem critérios organizacionais fundamentais para a apuração das informações. Esses critérios não apenas influenciam a escolha das informações a serem apuradas, como também determinam a angulação e o tratamento da notícia. As negociações envolvidas na produção jornalística são moldadas por um conjunto de abordagens estabelecidas pelas organizações de comunicação e jornalismo, que, por sua vez, não estão isoladas, pois integram redes ideológicas, políticas, econômicas, informacionais e de poder.

Entretanto, nem todo evento é considerado relevante para ser noticiado por determinados veículos, uma vez que esse processo é orientado por fluxos específicos de seleção. Cada veículo de comunicação e jornalismo adota uma linha editorial que legitima suas notícias, moldando as perspectivas e os vieses na divulgação das informações.

Ao analisar as relações entre a teoria do jornalismo e a prática cotidiana dos jornalistas, Barbosa (2019) destaca a responsabilidade social da mídia na apresentação das informações, enfatizando que a formação da identidade dos veículos de comunicação, especialmente da imprensa, é profundamente influenciada por sua linha editorial, a qual se reflete na construção identitária das manchetes, reportagens e outras produções jornalísticas.

Ainda segundo Barbosa e Goulart (2007), a sistematização da história e da memória de uma empresa está legitimada pelo movimento que contribui para a construção de sua identidade. Esse processo pode, inclusive, resultar em crises identitárias, que devem ser estabilizadas por meio da coesão interna e simbólica dos elementos institucionais em suas atribuições sociais.

> As empresas procuram, no passado, elementos que possam servir como referência comum para manter a coesão interna. Com isso, formam-se quadros de representação simbólica que funcionam como bases de identificação e de coerência no tempo para seus executivos e funcionários. Mas o passado também fornece referências externas, que permitem as empresas se auto-referenciarem e

> construírem uma imagem de si mesmas, procurando através dela se legitimarem (Barbosa; Goulart, 2007, p. 105).

As empresas de jornalismo constroem memória por meio de suas produções, uma vez que, como pontua Borges (2013), o jornal é um lugar de guardar memórias. Os elementos que compõem suas divulgações são determinados pela identidade singular de cada veículo, moldada por linhas editoriais que reproduzem recursos simbólicos específicos nas políticas de discursos midiáticos. Barbosa e Goulart (2007) argumentam que a responsabilidade dos veículos de comunicação influencia diretamente o que deve ser noticiado nas coberturas jornalísticas.

McQuail (2003) explica que as funções da mídia desempenham um papel primordial na sociedade, especialmente no jornalismo, que contribui para a percepção pública das representações da realidade social. Essa percepção é atribuída aos veículos de comunicação, que exercem as funções de informar, educar e entreter. Na mesma perspectiva, Lippmann (2008) ressalta que essas características, relacionadas às funções jornalísticas, legitimam a formação da opinião pública. Portanto, essas instituições devem se responsabilizar por suas atribuições profissionais e sociais (Barbosa, 2007). Segundo McQuail e Windahl (2003, p. 97), "[...] os mass media influenciam diretamente a agenda do público, provavelmente através do nível de atenção e autoridade dos media".

As linhas editoriais são determinantes na escolha dos acontecimentos a serem noticiados, refletindo decisões jornalísticas fundamentadas em valores e interesses econômicos e políticos. Essas decisões influenciam a forma como a agenda de notícias é apresentada, atendendo às necessidades democráticas do público. McQuail (2003) introduz o conceito de *agenda setting* para descrever os efeitos do jornalismo no contexto social, afirmando que "[...] a escolha dos media e dos conteúdos será geralmente racional e dirigida para certas finalidades e satisfações específicas" (McQuail, p. 393, 2003). Portanto, cada mensagem midiática de um veículo jornalístico se distingue por seus discursos. Nesse sentido, Traquina (2005, p. 42) observa que "[...] as responsabilidades dos jornalistas são de fato terríveis; esta constatação implica que as exigências feitas aos profissionais do campo jornalístico serão cada vez maiores".

Os veículos de jornalismo, por estarem diretamente atados aos valores sistemáticos de suas próprias corporações, podem disseminar ordens hegemônicas em suas linhas editoriais, influenciadas por fatores culturais, políticos, econômicos, informacionais, de

poder e ideológicos. Dessa forma, a mídia tem o potencial de impactar diferentes localidades e regionalidades por meio dos discursos produzidos em suas publicações, considerando que a imprensa atua como um dispositivo mediador que ajuda o público a formar suas opiniões. Quando um editorial decide criticar ou apoiar ações políticas, empresariais ou figuras públicas, pode legitimar a opinião pública por meio do viés jornalístico adotado pelos profissionais de um determinado veículo de comunicação.

Durante o processo de determinação do conteúdo noticioso, os jornalistas atuam como mensageiros para o público, desempenhando um papel crucial na sociedade. No entanto, as características editoriais adotadas pelos veículos jornalísticos estão intimamente ligadas a fluxos de comunicação específicos. O conceito de "porteiro" desenvolvido por Kurt Lewin (1947) ajuda a entender esse processo, ao atribuir aos jornalistas a função de "*gatekeepers*", ressaltando que valores e crenças influenciam os critérios de seleção do que deve ou não ser noticiado. Shoemaker e Vos (2011), ao aprofundarem a teoria do *gatekeeping*, proposta por Lewin, explicam que o processo de filtragem de informações resulta na seleção do que chega ao público. Os autores observam ainda que jornalistas, especialmente editores, podem ser influenciados por ideologias e preferências pessoais na cobertura das notícias.

Os "portões" da linha editorial, que definem o que deve ou não ser publicado, não apenas determinam o que pode ser noticiado, mas também moldam como as informações podem ser adaptadas para atender aos princípios editoriais de cada veículo. Shoemaker e Vos (2011) destacam a subjetividade desse processo, já que fatores pessoais e organizacionais influenciam as decisões editoriais. Assim, cada organização jornalística possui o poder de selecionar acontecimentos de acordo com os critérios estabelecidos, levando suas informações ao público de forma seletiva. Nesse contexto, posições hegemônicas (Gramsci, 2000) orientam o processo de experiência social ao reforçar determinados discursos (Borges, 2013). Como afirmam Shoemaker et al. (2010, p. 60), “[...] a entrada nos canais de notícias é controlada pelos *gatekeepers*, que determinam quais eventos têm acesso e passam por muitos gates pelo caminho”.

Uma vez realizada a seleção por meio do “faro jornalístico” (Traquina, 2005) para definir o que é relevante ser noticiado, o enquadramento (*framing*) cumpre a função de orientar a percepção pública sobre as escolhas discursivas veiculadas nas notícias. Esse processo é aprimorado durante a produção jornalística para otimizar a comunicação com o

público. O conceito de *framing*, elaborado por Erving Goffman (2006), ilustra como as interações sociais e a realidade devem ser moldadas na mensagem direcionada ao público. Essas "molduras", ao serem organizadas, contêm aspectos que cada veículo utiliza para estabelecer sua relação com o público consumidor.

O controle cultural e ideológico exercido por cada veículo é essencial para a manutenção de sua posição na sociedade. Nesse sentido, editoriais jornalísticos frequentemente estão vinculados a concepções hegemônicas que influenciam diretamente as rotinas de produção. Ao analisar como a produtividade e a difusão jornalística são legitimadas por forças hegemônicas, Borges (2013) argumenta que a produção cultural não é um elemento estático. A autora destaca que a imposição de valores predominantes é influenciada pelas condições históricas e espaciais dos processos de mediação, os quais são moldados pelos discursos dos veículos de comunicação e jornalismo.

Além disso, Borges (2013) observa que, ao produzirem "pensamentos dispersos" — ou seja, ao divulgarem notícias que se distanciam de uma visão mais ampla da realidade histórica e social —, os veículos comunicacionais tendem a naturalizar determinados eventos. Isso se reflete em divulgações fragmentadas e alinhadas a agendas que frequentemente não priorizam o interesse público. Como afirma a autora, “[...] daí seu caráter eminentemente informativo, sendo que, comumente, o ‘informar’ limita-se à reiteração de leituras hegemônicas e de um pensamento cartesiano que necessita delimitar o bem e o mal” (Borges, 2013, p. 34, grifos da autora). Esse fenômeno se manifesta, por exemplo, na forma como questões de gênero e sexualidade são tratadas pela mídia. O enquadramento das questões LGBTI+ é muitas vezes sustentado por lentes heteronormativas, particularmente em reportagens sobre violência envolvendo membros dessa comunidade.

INTERSECÇÕES CUIR NO *NEWSMAKING*

A notícia, enquanto produto final, é resultado de uma série de processos, decisões e critérios que influenciam a maneira como fatos ou acontecimentos são divulgados pelos veículos de jornalismo. Para além dos "porteiros" tradicionais, responsáveis pela seleção do fluxo de informações, o conceito de *gatekeeping* vem se adaptando aos novos fluxos tecnológicos, especialmente na era digital, em que a internet se tornou uma extensão da vida cotidiana. Com o surgimento das redes sociais, que intensificam as relações num

ambiente cada vez mais digitalizado, novos fatores passaram a influenciar o processo de noticiabilidade.

A descentralização do *gatekeeping* é intensificada pelas dinâmicas das mídias digitais, pois fontes diversas interferem no processo de transformar um acontecimento em notícia. Van Dijck (2013) argumenta que o comportamento social e os fluxos de comunicação são moldados pela interação entre usuários da internet. Assim, os "porteiros" da informação não são mais limitados exclusivamente pelos interesses enviesados dos meios de comunicação tradicionais, mas também pelos algoritmos que aumentam o engajamento nas plataformas digitais.

Bruns (2005) defende que os públicos online assumem novos papéis como seletores e redistribuidores de conteúdos. Embora jornalistas e editores ainda filtrem informações antes de publicá-las, os internautas agora têm maior influência sobre a agenda de notícias e, portanto, também possuem o poder de compartilhar suas próprias narrativas. Essa ideia se alinha à teoria dos usos e gratificações, que desafia a perspectiva de um público passivo, facilmente influenciado pela mídia de massa. Jenkins et al. (2009) avançam essa visão, descrevendo o público como um agente ativo, que participa na criação de significados e na reprodução dos discursos comunicacionais:

> Por uma cultura participativa, quero dizer uma onde a maioria das pessoas tem a capacidade de tomar a mídia em suas próprias mãos e moldar a circulação de ideias e imagens. Ainda não vivemos em uma cultura totalmente participativa, com certeza, mas nossa cultura como um todo é muito mais participativa do que era antes do surgimento da computação em rede (Jenkins et.al, 2009, p. 87, tradução nossa).

As rotinas de produção nas redações são influenciadas pelas novas formas de espaço e tempo de produção midiática hegemônica (Borges, 2013). Fatores organizacionais e comerciais, em busca de alternativas lucrativas por meio da audiência, afetam a escolha dos assuntos e temas abordados. Como dito, comumente essas interferências têm origem nas redes (econômicas, ideológicas, de poder, políticas, etc.) que frequentemente transformam as notícias em coberturas sensacionalistas, mitificadoras ou dispersas, uma vez que os conteúdos são enquadrados por algoritmos que priorizam eventos de maior apelo. De acordo com Wolf (1999), o jornalismo não pode ser um espelho fiel da realidade, pois a produção das notícias segue práticas corporativas enviesadas, condicionadas por interesses comerciais e institucionais.

Gaye Tuchman (1978) observa que a realidade social é construída a partir da forma como os jornalistas criam "janelas" que interpretam e apresentam determinados aspectos da realidade, geralmente baseadas nas rotinas e convenções das redações. Na mesma linha de pensamento, Tuchman (1978) examina como a organização das redações e as práticas jornalísticas determinam a forma como a cobertura é realizada, refletindo os valores-notícia, que são influenciados por fatores culturais, econômicos e políticos. Ainda segundo Tuchman (1978), as notícias são um método institucional de disponibilizar informações ao público e estão alinhadas com instituições legitimadas: "[...] as notícias são localizadas, coletadas e disseminadas por profissionais que trabalham em organizações" (Tuchman, 1978, p. 182, tradução nossa).

Tuchman (1978) também aponta que as notícias não refletem uma realidade objetiva, mas são construídas a partir de critérios de noticiabilidade, valores e interesses comerciais. Mesmo que influências externas possam moldar a seleção das notícias, os princípios editoriais são determinados por uma variedade de valores-notícia, que categorizam a forma como a informação é tratada: "[...] as tipificações das notícias tornaram-se parte do acervo de conhecimento profissional dos jornalistas. Ou seja, os jornalistas explicam seu sistema classificatório como categorias objetivas, ou objetivações" (Tuchman, 1978, p. 59, tradução nossa).

Como dito, a forma como os veículos de jornalismo angulam os acontecimentos que divulgam, também reflete os interesses das corporações, que reproduzem visões hegemônicas sobre as narrativas sociais. A hipótese do *newsmaking* revela que as significações noticiosas são igualmente produzidas de acordo com as normas e estruturas das redações, o que impacta diretamente a visibilidade de temas relacionados à diversidade sexual e de gênero.

O conceito de hegemonias, conforme elaborado por Gramsci (2000), reforça o controle exercido pelas forças dominantes sobre determinadas narrativas culturais, especialmente quando se trata de acontecimentos que desafiam normas sociais estabelecidas, frequentemente marginalizados como "desvios morais". Gramsci (2000) argumenta que grupos sociais que não se adequam às demandas do *status quo* são isolados e marginalizados, reforçando sua subalternidade dentro da ordem social hegemônica, donde erige a importância dos intelectuais, tais como os jornalistas, na organização da cultura, ou

seja, nas interferências transformadoras do próprio campo simbólico que é balizador das ações das pessoas no mundo.

De acordo com Sodré (2012), comunicação e cultura estão intrinsecamente conectadas, refletindo interrelações simbólicas. Os veículos de comunicação disseminam valores culturais por meio de suas produções, e a mídia jornalística, em particular, pode impor valores hegemônicos em suas publicações, influenciando diretamente culturas locais e regiões. Isso ocorre porque as produções midiáticas reproduzem sentidos e significações, impactando a formação da opinião pública (Lippmann, 2008).

As lógicas hegemônicas promovidas pelas mídias amplificam os valores dominantes, limitando a expressão de outras diversidades culturais e sociais, especialmente as marginalizadas. Sodré (2012) argumenta que o neoliberalismo aplicado aos meios de comunicação impacta diretamente nas disputas de mercado, fazendo com que o lucro prevaleça. Como resultado, as reflexões sobre outras formações sociais marginalizadas são reduzidas, e essas relações sociais recebem pouca visibilidade. No caso dos veículos comunicacionais e jornalísticos, isso pode ser observado quando pautas LGBTI+ são enquadradas por concepções estruturadas na lógica da cis-heteronormatividade. Relacionado à hipótese do *newsmaking*, o espaço de hegemonia é reforçado nas redações jornalísticas, muitas vezes influenciado pelos interesses e viéses dos veículos de comunicação, contribuindo para a estigmatização dessas pautas.

Ao considerar a forma como a diversidade sexual e de gênero é abordada pelos veículos de jornalismo, o processo de construção das notícias pode ser prejudicado durante o processo de *gatekeeping*, já que a cobertura muitas vezes não prioriza esses temas em sua agenda. Além das informações factuais, as experiências cuir tendem a ser silenciadas. Outro efeito das hegemonias cis-heteropatriarcais se reflete no enquadramento dado a esses conteúdos. Um exemplo disso ocorreu em Goiás, quando uma pessoa não-binária teve seus documentos retificados. Embora o caso tenha ganhado atenção nas redes sociais, os webjornais divulgaram a história de forma sensacionalista, estigmatizada e estereotipada (Santos; Borges; Bonsanto, 2023).

Casos envolvendo a população LGBTI+ costumam ser estigmatizados e estereotipados pelos enquadramentos midiáticos, onde as rotinas produtivas e normas jornalísticas são influenciadas por normatividades heteronormativas. Como resultado, essas identidades tendem a ser marginalizadas ou distorcidas, reforçando estereótipos de

tipificações imagéticas que perpetuam visões discriminatórias e preconceituosas sobre questões de sexualidade e gênero na mídia (Santos; Borges; Vidica, 2023).

Os Estudos Cuir Latino-americanos propõem uma reflexão sobre como as hegemonias fortalecem as violências impostas pelas normatividades sociais, muitas vezes importadas por colonizações eurocêntricas. São pesquisas que revisitam a realidade das pessoas LGBTI+ na América Latina, destacando como essas experiências existenciais se diferem das vivências nos Estados Unidos e em países europeus em relação às questões de sexualidade e gênero.

Leandro Colling (2011), autor brasileiro que estuda mídia e teorias cuir, critica a forma como a heteronormatividade reforça e amplifica as violações contra as dissidências e a pluralidade de identidades no Brasil, especialmente aquelas que não se encaixam nas normas cis-heterossexuais. Em sua análise, Colling (2011) expande essa discussão a partir do conceito de abjeção, desenvolvido por Judith Butler (2010), ao observar como corpos dissidentes são repudiados e marginalizados por serem vistos como "inadequados" ou "ameaçadores" para as normas sociais. Esses corpos abjetos estão sujeitos à discriminação e exclusão, frequentemente condenados a ocupar espaços periféricos na nação. Como aponta Colling (2016, p. 55): "[...] Sugiro que o feminino é o lugar do abjeto, do impuro, contaminado e contaminável".

A subversão às normas impõe desafios às estruturas sociais, pois se relaciona com práticas normativas que são, por sua vez, moldadas por concepções binaristas e cisheteronormativas. A rejeição às identidades dissidentes é amplificada por regimes sociais e culturais hegemônicos, que padronizam categorias de desejo e identidade sob uma intervenção política e identitária. Nesse contexto, a abjeção é reproduzida em espaços onde práticas e costumes tradicionais dominam e discriminam outras formas de expressão de gênero e sexualidade. Como aponta Butler (2010), esses processos reforçam a marginalização de identidades de gênero e orientações sexuais que não se enquadram nos padrões estabelecidos.

Para Paul Preciado (2022), subverter a ordem da heteronorma não significa apenas rejeitar a heterossexualidade como padrão dominante e socialmente aceitável, pois essa subversão vai além, envolvendo a desconstrução das categorias de sexo, gênero e desejo que sustentam o sistema normativo.

Preciado (2022) argumenta que o sistema binário está intrinsecamente ligado a uma visão de identidade fixa, adaptada a uma intervenção identitária e, por isso, propõe o conceito de "contrassexualidade" que descreve um processo de rejeição e desafio à reprodução normativa das identidades de gênero e sexualidade.

A contrassexualidade, segundo Preciado (2022), dissocia o prazer das perspectivas reprodutivas e das normas de gênero binárias. Trata-se de uma forma de abandonar a heteronorma enquanto regime sociopolítico, redefinindo o desejo e o corpo fora dos padrões impostos. O autor sintetiza essa ideia ao afirmar: “[...] Renuncio à minha condição natural de homem ou mulher, a todos os privilégios (sociais, econômicos, patrimoniais) e a todas as obrigações (sociais, econômicas, reprodutivas) derivadas da minha condição sexual no quadro do sistema heterocêntrico naturalizado” (Preciado, 2022, p. 37).

Já Pelúcio (2014) propõe a adaptação do termo "queer" para "cuir", derivado da palavra "cu", como uma forma de romper com a hegemonia anglófona dos estudos queer norte-americanos e europeus. Pelúcio (2016) analisa os estudos cuir sob uma perspectiva voltada para as realidades sul-americanas, considerando as especificidades históricas, culturais e políticas da região. A autora se apoia na teoria da colonialidade do poder, desenvolvida por Aníbal Quijano, para discutir como pessoas cuir[4] são marcadas pela marginalização e criminalização, vivenciando opressões de gênero e sexualidade que são também reproduzidas por meio de interseções raciais e socioeconômicas. Segundo Pelúcio e Duque (2020, p. 128), “[...] fazemos essa discussão com base no queer/cueir[5] como um conjunto crítico e heterogêneo de ideias que procuram desafiar naturalizações relativas às sexualidades, gêneros e identidades”.

Bento e Pelúcio (2012) criticam a maneira como as especificidades relacionadas à racialidade, à pobreza e a outras formas de dissidência afetam diariamente a sobrevivência de pessoas cuir no contexto sul-americano, especialmente no Brasil. Essa subversão se reflete nos altos índices de violência que limitam a expectativa de vida de pessoas LGBTI+, agravada pela falta de discussões e reflexões que promovam a transformação de políticas públicas voltadas à diversidade sexual e de gênero. As autoras também observam que a marginalização das dissidências sociais é amplificada por expressões de resistência que

[4] Uma pessoa cuir é alguém cuja identidade de gênero ou orientação sexual desafia as normativas impostas pela sociedade, geralmente relacionadas ao cisgenerismo e à heterossexualidade.
[5] Primeira variação do termo queer para uma perspectiva sul-americana. Atualmente se usa cuir.

surgem em resposta ao controle exercido por concepções hegemônicas estigmatizantes e estereotipadas, impostas pelo controle social, político e, sobretudo, institucional:

> Embora o DSM seja um documento de caráter psiqulátrico, ele consegue se materializar em politicas do corpo nos programas de Identidade de gênero e em políticas de Estado, uma vez que compartilha com os outros saberes as mesmas bases fundacionais definidoras do gênero (Bento; Pelúcio, 2012, p. 575).

Os estudos cuir entendem, portanto, como as cisheteronormas se tornam hegemonias sistêmicas. Essa dinâmica impacta diretamente as rotinas de produção jornalística, que são moldadas pelo processo de *newsmaking*. Esses valores influenciam tanto os critérios de noticiabilidade quanto os interesses da classe dominante em relação aos temas que a mídia decide apresentar ao público. São implicações que não apenas afetam a construção da notícia, mas também podem "normalizar" processos simbólicos de controle que marginalizam conteúdos LGBTI+. Tais temas são frequentemente vistos por meio de lentes estigmatizadas, exóticas ou estereotipadas, o que evidencia a negligência em refletir sobre questões de diversidade sexual e de gênero.

REFLEXÕES CUIR NA REDAÇÃO

Três afiliadas do Grupo Globo Comunicações e Participações S.A. participaram desta pesquisa, na qual foram realizadas entrevistas em profundidade com três editores do Portal de Notícias g1, associados às empresas do Grupo Jaime Câmara (g1 Tocantins), Grupo Rede Liberal (g1 Pará) e Grupo Rede Amazônica (g1 Amapá), todos webjornais localizados na Região Norte[6]. O estudo aqui apresentado, de caráter qualitativo, teve como objetivo compreender como a construção noticiosa relacionada a temas de sexualidade e gênero, especialmente aqueles vinculados à população LGBTI+, é abordada por essas afiliadas. Vale lembrar que, como dito, pessoas dessa comunidade tendem a ser estigmatizadas e estereotipadas por veículo de jornalismo devido a estruturas sociais heteronormativas (Santos, 2022).

Para explorar como as questões de gênero e sexualidade são discutidas nas redações, foi feita a seguinte pergunta aos participantes: 'No cotidiano de trabalho, há momentos em que a empresa promove debates, formações ou atividades similares sobre questões de gênero e sexualidade? Se sim, quais?'. O objetivo dessa pergunta foi entender

[6] O supracitado projeto de Mestrado a qual o presente estudo se vincula foi devidamente aprovado pelo Comitê de Ética em Pesquisa (CEP).

como o debate e a promoção de um ambiente que incentive a discussão crítica sobre temas LGBTI+ impactam a qualidade das produções jornalísticas. Embora os três editores tenham dado respostas semelhantes, seus posicionamentos apresentam algumas distinções.

A participante do g1 Tocantins afirmou que a empresa não promove especificamente debates sobre diversidade sexual e de gênero voltados exclusivamente para os funcionários. No entanto, destacou que os jornalistas da redação, por estarem em contato com a universidade, acabam se aproximando dessas discussões e incorporando essas abordagens em suas produções voltadas ao público.

> "[...] Então outra coisa dentro da nossa rotina de trabalho, chegamos essa semana na diversidade ou no dia de comemorar e fazer a cobertura da parada Gay da nossa cidade, nós temos ali contato com pessoas que nos explicam e nos orientam e ajudam a entender para fazer as reportagens, mas que de fato agrega também aos próximos conteúdos que a gente vai executar sobre aquele assunto" (Editora do g1 Tocantins, 2024, entrevista concedida aos autores).

O participante do g1 Pará deu uma resposta semelhante, explicando que há funcionários da Rede Liberal que se identificam com pautas relacionadas a questões de sexualidade e gênero. No entanto, destacou que, embora outras discussões já tenham sido promovidas pela empresa, elas não foram exclusivamente voltadas para conteúdos sobre diversidade sexual e de gênero.

> "[...] ainda não enxergo um espaço de debate ou uma qualificação da empresa como um todo sobre o assunto. Já tivemos discussões sobre questões de machismo e racismo, mas, no tempo em que estou aqui, não consigo perceber nenhuma ação da empresa para abordar a questão da sexualidade internamente" (Editor do g1 Pará, 2024, entrevista concedida aos autores).

Por fim, o participante do g1 Amapá argumentou que a afiliada, Grupo Rede Amazônica, também não promove debates ou reflexões sobre questões de diversidade sexual e de gênero como parte da capacitação dos jornalistas em suas jornadas de trabalho. O jornalista destacou que, embora sejam oferecidas capacitações e cursos por meio de uma plataforma própria do Grupo Globo, chamada UniGlobo, voltada para os funcionários envolvidos nos produtos jornalísticos da Rede Globo, esses treinamentos não abordam especificamente questões de gênero. O participante afirmou: "Especificamente, não. Na verdade, nossas capacitações são oferecidas pela UniGlobo, onde aprendemos mais sobre a parte de texto, mas especificamente sobre questões de gênero, realmente não temos nada" (Editor do g1 Amapá, 2024, entrevista concedida aos autores).

Tal como foi pontuado, o processo de *newsmaking* envolve uma seleção e organização de narrativas que não refletem plenamente a realidade, mas que são determinantes na construção de significados e discursos, muitas vezes marcados por opressões sociais. Compreende-se que os conteúdos dispersos divulgados pelos veículos jornalísticos (Borges, 2013), além de reforçarem hegemonias, não contemplam políticas que atendam especificamente às demandas de diversidade sexual e de gênero. Isso obriga os jornalistas a buscarem outros meios e alternativas para evitar a reprodução de formas de discriminação e opressão em pautas consideradas cuir.

O jornalismo midiático segue profundamente enraizado em perspectivas heteronormativas, já que as hegemonias não reconhecem a importância dessas questões na formação de jornalistas mais capacitados. Isso se evidencia na maneira como os assuntos de diversidade sexual e de gênero são tratados com abjeção (Colling, 2011), enquanto outras pautas dissidentes são reconhecidas em detrimento e exclusão das demandas cuir, influenciadas por fatores que desafiam as hierarquias sociais colonizadoras (Pelúcio, 2016). No caso da população LGBTI+, mesmo quando o enquadramento dessas notícias passa por apuração, a reflexão sobre o tratamento dessas pautas é enviesada (Goffman, 2016).

Assim, discussões sobre sexualidade e gênero, por estarem em posição subalterna e em oposição às hegemonias heteronormativas, acabam marginalizadas nas empresas jornalísticas. Esses debates não são abordados de maneira crítica, perpetuando representações estigmatizadas, estereotipadas e preconceituosas.

Uma implicação que reforça essa resistência à diversidade nas redações é que a discriminação pode ser reproduzida tanto no processo de elaboração das notícias quanto nos próprios discursos editoriais. Além dos critérios de noticiabilidade propostos por Tuchman (1978), o processo colonizador que influencia o resultado das notícias promovidas por esses veículos de comunicação gera uma significação mediada por normas hegemônicas. Essas normas frequentemente resistem à visibilidade de pautas dissidentes, sendo exceção apenas quando a violência ou casos específicos são reconhecidos como valores culturais e, portanto, noticiáveis pelo jornalismo.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

As pautas sobre diversidade sexual e de gênero, por serem subversivas à cisheteronorma, tendem a se tornar atrativas para a divulgação apenas em eventos ou

acontecimentos atípicos, especialmente aqueles voltados à comunidade LGBTI+. Nesse contexto, a concepção do *newsmaking* pode ser influenciada pelas hegemonias culturais, que frequentemente enquadram (*framing*) temas de diversidade de maneira específica. A naturalização dessas pautas é, assim, tratada de forma colonizada pelas ideologias da heteronorma dominante, o que se reflete na falta de investimento dos veículos de comunicação em abordar reflexivamente questões de gênero e sexualidade nas empresas jornalísticas brasileiras.

O processo de *newsmaking*, ao refletir valores e interesses das classes dominantes, também enfrenta impasses que dificultam a abordagem de questões de diversidade sexual e de gênero. Essa invisibilidade marginaliza os debates, tornando-os potencialmente subversivos segundo os critérios de noticiabilidade sobre os acontecimentos. Nesse sentido, prevalece a concepção hegemônica heteronormativa e patriarcal, que se manifesta tanto nas divulgações quanto na construção dos fatos. Os veículos de comunicação, especialmente os jornalísticos, são caracterizados por suas linhas editoriais, o que faz com que valores culturais e sociais influenciem as condições e problematizações no tratamento das questões LGBTI+.

Todavia, a contra-hegemonia dessas pautas, apesar dos desafios presentes na ausência de reflexões no ambiente corporativo, aponta para a importância da inclusão de discussões sobre sexualidade e gênero nas corporações jornalísticas. Essa inclusão não apenas favorece uma construção mais qualitativa da realidade dos acontecimentos e eventos, mas também instiga os jornalistas a desafiarem as normas heteronormativas predominantes na sociedade.

Desse modo, observa-se que os *gatekeepers* dos veículos tradicionais de jornalismo não apenas excluem a capacitação de seus funcionários na compreensão crítica dessas pautas, mas também que há um enviesamento maior nas divulgações relacionadas à população LGBTI+. Esse enviesamento reflete interesses que, por sua vez, são mais bem atendidos por meios alternativos e independentes que desafiam os processos tradicionais de *newsmaking*, facilitando a mediação dessas pautas com o público.

REFERÊNCIAS

BARBOSA, Marialva Carlos. História da comunicação (e do jornalismo): pressupostos teóricos e metodológicos. **Palabra Clave**, v. 22, n. 4, 2019.

BENTO, Berenice; PELÚCIO, Larissa. Despatologização do gênero: a politização das identidades abjetas. **Revista Estudos Feministas**, v. 20, n. 02, p. 569-581, 2012.

BORGES, Rosana Maria Ribeiro. **Pensamentos dispersos, hegemonias concentradoras**: discursos jornalísticos e movimentos de territorialização no cerrado. 2013. 420 f. Tese (Doutorado em Geografia) - Universidade Federal de Goiás, Goiânia, 2013.

BRUNS, A. **Gatewatching**: Collaborative Online News Production. New York: Peter Lang Publishing, 2005.

BUTLER, Judith. **Problemas de Gênero**: Feminismo e subversão da identidade. Tradução: Renato Aguiar. 3. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2010.

COLLING, Leandro. **Stonewall 40+ o que no Brasil?**. Salvador: EdUFBA, 2011.

COLLING, Leandro (Ed.). **Dissidências sexuais e de gênero**. Salvador: SciELO-EDUFBA, 2016.

GOFFMAN, Erving. **Frame analysis**: los marcos de la experiencia. Madri: Siglo XXI, 2006.

GRAMSCI, Antonio. **Cadernos do cárcere – Maquiavel**: notas sobre o Estado e a política. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2000.

JENKINS, H; R. PURUSHOTMA, M; WEIGEL, K; CLINTON, A. ROBINSON. **Confronting the Challenges of a Participatory Culture**: Media Education for the 21st Century. Cambridge: MIT Press, 2009.

LEWIN, Kurt. Frontiers in group dynamics II: Channels of group life; social planning and action research. **Human Relations**, p. 143-153, 1947.

LIPPMANN, Walter. **A opinião pública**. Tradução de Marcos Santarrita. São Paulo: Editora Martins Fontes, 2008.

MCQUAIL, Denis. **Teoria da Comunicação de Massas**. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2003.

MCQUAIL, D. E WINDAHL, S. **Modelos de Comunicação para o Estudo de Comunicação de Massas**. Lisboa: Editorial Notícias, 2003.

PELÚCIO, Larissa. Traduções e torções ou o que se quer dizer quando dizemos queer no Brasil?. **Periódicus**, p. 68-91, 2014.

PELÚCIO, Larissa. O cu (de) Preciado–estratégias cucarachas para não higienizar o queer no Brasil. **Iberic@** l, n. 9, p. 123-136, 2016.

PELÚCIO, Larissa; DUQUE, Tiago. Cancelando" o cuier. **Contemporânea**, v. 10, n. 1, p. 125-151, 2020.

PRECIADO, Paul. **Manifesto contrassexual**: Práticas subversivas de identidade sexual. São Paulo: Zahar, 2022.

RIBEIRO, Ana Paula Goulart; BARBOSA, Marialva Carlos. Memória, relatos autobiográficos e identidade institucional. **Comunicação & Sociedade**, v. 47, p. 99-114, 2007.

SANTOS, Antônio Guilherme de Lima. **Discriminação estrutural em práticas jornalísticas na imprensa acreana**: o caso Fernanda e a população LGBTQIA+. Monografia (Bacharelado em Jornalismo) – Universidade Federal do Acre. Rio Branco, 2022.

SANTOS, Antônio Guilherme de Lima; BORGES, Rosana Maria Ribeiro; VIDICA, Ana Rita. Tipificação imagética em casos de LGBTfobia nos webjornais acreanos. In: **XVII Seminário Internacional de Mídia, Cultura, Cidadania e Informação (Semic)**, 17., Goiânia. Anais da Universidade Federal de Goiás. Goiânia: PPGCOM UFG, 2023. p. 802-819.

SANTOS, Antônio Guilherme de Lima; BORGES, Rosana Maria Ribeiro; BONSANTO, André. Atribuição binária e a vivência LGBTI+: o caso Mar Dias nas divulgações jornalísticas goianas. In: **VI Encontro de Pesquisa em Comunicação na Amazônia (EPCA)**, 6., Belém. Anais da Universidade Federal do Pará. Belém: PPGCOM UFPA, 2023.

SHOEMAKER, Pamela J.; VOS, Tim P. **Teoria do gatekeeping**: seleção e construção da notícia. Porto Alegre: Editora Artmed, 2011.

SHOEMAKER, P. J.; JOHNSON, P. R.; SEO, H.; WANG, X. Os leitores como gatekeepers das notícias on-line: Brasil, China e Estados Unidos. **Brazilian journalism research**, [S. l.], v. 6, n. 1, p. 58–83, 2010. DOI: 10.25200/BJR.v6n1.2010.247. Disponível em: https://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/view/247. Acesso em: 9 de out. 2024.

SODRÉ, Muniz. **A narração do fato**: notas para uma teoria do acontecimento. Petrópolis: Vozes, 2012

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo**: a tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional. Florianópolis: Insular, 2005.

TUCHMAN, Gaye. **Making news**: a study in the construction of reality. New York: The Free Press, 1978.

VAN DIJCK, José. **The Culture of Connectivity**: A Critical History of Social Media. Oxford University Press, 2013.

WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação**. Lisboa: Editorial Presença, 1999.

Os(as) autores(as) são responsáveis pela fidedignidade dos dados apresentados.

CONSUMO CULTURAL DA SIMBOLOGIA ADINKRA NO BRASIL

Juliano Pimenta Fagundes[1]
Ricardo Pavan[2]

RESUMO

Originalmente criados pelo povo Asante da antiga Costa do Ouro, os Adinkras tiveram vários de seus símbolos sagrados incorporados à cultura brasileira, assumindo um papel estético, com perda de parte de seu significado original. O presente artigo explora a ressignificação dos símbolos Adinkra no Brasil, no processo de **consumo cultural** e apresenta vários artefatos culturais construídos a partir desta apropriação. A análise destaca como o contexto histórico, marcado pelo comércio transatlântico de escravos, influenciou a difusão desses símbolos e como eles foram reinterpretados em sua nova realidade cultural, participando da construção estética local.

Palavras-chave: Adinkra e Asante; Consumo cultural; Ressignificação; Escravidão; Simbologia.

CULTURAL CONSUMPTION OF ADINKRA SYMBOLISM IN BRAZIL

Originally created by the Asante people of the ancient Gold Coast, the Adinkras had several of their sacred symbols incorporated into Brazilian culture, assuming an aesthetic role, with the loss of part of their original meaning. This article explores the resignification of Adinkra symbols in Brazil, in the process of cultural consumption, and presents several cultural artifacts constructed from this appropriation. The analysis highlights how the historical context, marked by the transatlantic slave trade, influenced the diffusion of these symbols and how they were reinterpreted in their new cultural reality, participating in the local aesthetic construction.

Keywords: Adinkra and Asante; Cultural consumption; Reframing; Slavery; Symbology.

INTRODUÇÃO

Atualmente, no século XXI, diversos setores da sociedade têm demonstrado um crescente interesse pela cultura e pelas manifestações tradicionais brasileiras. Devido à vasta extensão territorial do Brasil, as tradições culturais variam significativamente de uma região para outra (Oliveira *et al*., 2016). Por exemplo, as manifestações culturais do Sul do país são bastante distintas das vividas no Nordeste. Mesmo quando se trata de celebrações similares, as formas de expressão entre essas regiões são diferentes, refletindo a diversidade e a

[1] Bacharel em Artes Visuais (habilitação em Comunicação Visual), pela UFG. Pós-graduado *lato sensu* em Antropologia, pela Faveni. MBA em Gestão de Negócios, pela IBMEC. Email: julianopfagundes@gmail.com.
[2] Doutor em Comunicação, docente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Faculdade de Informação e Comunicação da Universidade Federal de Goiás. Email: rpavan@ufg.br

riqueza cultural do Brasil, que se destaca justamente por suas múltiplas e singulares expressões (Oliveira *et al*., 2016).

Segundo Alfredo Bosi (1992),

> Estamos acostumados a falar em cultura brasileira, assim, no singular, como se existisse uma unidade prévia que aglutinasse todas as manifestações materiais e espirituais do povo brasileiro. Mas é claro que uma tal unidade ou uniformidade parece não existir em sociedade moderna alguma e, menos ainda, em uma sociedade de classes (Bosi, 1992, p. 1).

Assim, segundo Bosi (1992), ainda que se possa falar em culturas específicas, como a Bororo ou Nhambiquara, mesmo antes da colonização europeia e do processo de aculturação que se seguiu, não havia uma homogeneidade total entre as tribos nativas. Esses grupos, muitas vezes, guerreavam entre si por recursos e sobrevivência, num contexto típico do período neolítico (Bosi, 1992).

Este artigo se baseia numa análise desenvolvida em território brasileiro, com o objetivo de examinar e refletir sobre os diversos elementos culturais que compõem a identidade nacional. A investigação permitiu identificar como essas influências culturais foram se consolidando ao longo do tempo, especialmente as oriundas das populações africanas e indígenas, que foram ressignificadas e incorporadas nas manifestações materiais e estéticas do Brasil contemporâneo. Esse processo de fusão e adaptação resultou em algo que hoje tentamos reconhecer como características da identidade cultural brasileira, ainda que composta por múltiplas raízes e cruzamentos.

Dentro deste contexto, torna-se necessário discutir a importância da influência dos ideogramas Adinkras, provenientes da África Ocidental, na formação da cultura brasileira (Cerqueira; Santana, 2020). Esses símbolos, carregados de significados filosóficos e éticos, podem ser encontrados em diversas expressões artísticas e objetos de uso cotidiano, refletindo a profunda herança cultural africana presente na sociedade brasileira. Mais do que simples elementos decorativos, os ideogramas Adinkras foram recontextualizados ao longo do tempo, tornando-se parte integral da nossa estética cultural (Cerqueira; Santana, 2020).

Conforme aponta Abraão Veloso (2016), os ideogramas Adinkras foram inicialmente criados para representar valores culturais, morais e espirituais, sendo amplamente utilizados como uma forma de expressão artística e cultural em várias regiões da África Ocidental:

> Os Adinkras são, também, um conhecimento e uma tecnologia ancestral africana, que trabalha no campo da linguagem. Nesse sentido, são ideogramas que expressam valores tradicionais, ideias filosóficas, códigos de conduta e normas sociais. Podem ser divididos em algumas categorias, como animais, seres humanos, objetos artesanais, corpos celestiais, plantas e ideias abstratas (Veloso, 2016, p. 1).

Assim, como complementa o autor supracitado, com a chegada de africanos escravizados ao Brasil, muitos desses símbolos foram trazidos e integrados na vida cotidiana, seja na arte, na arquitetura ou em objetos funcionais.

Esse processo de apropriação e transformação é problematizado por Néstor García Canclini (1993), que utiliza o conceito de **consumo simbólico** para explicar como determinados elementos culturais-identitários podem ser incorporados e ressignificados por outros grupos sociais. No Brasil, os ideogramas Adinkras passaram por esse processo de adaptação, adquirindo novos significados, que transcendem sua funcionalidade original e se tornam produtos de consumo dentro do contexto cultural nacional.

Portanto, ao longo do tempo, esses símbolos e valores africanos, especialmente os ideogramas Adinkras, não só enriqueceram a diversidade cultural do Brasil, mas também foram ressignificados, agregando sentidos ao que hoje entendemos como parte da identidade cultural brasileira.

A SIMBOLOGIA ADINKRA

Eliane Carmo (2016) explica que, no século XVII, os Akan se consolidaram como o maior grupo étnico na região chamada Costa do Ouro (atual Gana). Dentro desse grupo, os Asante tiveram grande influência cultural. Osei Tutu, líder Asante e sobrinho de Obiri Yeboa, governante de 1660 a 1697, teve papel decisivo na unificação dos povos Akan sob a Confederação Asante, posteriormente chamada Nação Asante.

Após a morte de seu tio, Osei Tutu retornou à sua terra natal para se tornar rei, trazendo consigo o mágico Okomfo Anokye. Em 1697, conta-se que Anokye fez descer um banquinho de madeira parcialmente coberto de ouro, considerado um sinal divino de que Tutu havia sido escolhido para liderar. Esse episódio reforçou a unidade entre os povos e consolidou a Confederação Asante (Carmo, 2016).

Nesse mesmo período, como aponta Vinícius Gonçalves (2019), o Oceano Atlântico tornou-se um espaço de intenso comércio entre Europa, África e Américas, com grande circulação de pessoas, mercadorias e ideias, incluindo religiões e conhecimentos técnicos.

O surgimento do Império Asante, de grande poder militar e comercial, dominou a região e monopolizou o comércio de ouro e escravos.

> Os Asante se encontravam numa região geográfica vantajosa para o comércio tanto com o litoral, e por consequência com a Europa e as Américas via o Oceano Atlântico, quanto com a savana e o "norte" (Gonçalves, 2019, p. 60).

O domínio econômico Asante alterou a lógica do poder local, entre os próprios africanos: "Em vez de ter-se 'Guerra como causa, aquisição de escravos como consequência', questões endógenas e exógenas inverteram essa lógica para 'Aquisição de escravos como causa, Guerra como consequência'" (Gonçalves, 2019, p. 9).

Carmo (2016) também discorre sobre os símbolos Adinkra, oriundos da cultura Asante, amplamente usados em tecidos, objetos e esculturas de madeira ou metal. Cada um deles possui nome e transmite significados profundos, ligados a eventos históricos, características de animais, plantas e comportamento humano. Esses símbolos eram mais que decoração; refletiam valores filosóficos e éticos, além de servirem como comunicação visual entre os Asante (Carmo, 2016). Segundo Rucker (2008), os símbolos foram originalmente criados pelos Abrons de Gyaaman, outro povo Akan. O rei de Gyaaman, Nana Adinkra, projetou os símbolos que levariam seu nome. Após a derrota de Gyaaman pelos Asantes, eles se espalharam entre estes últimos em seus territórios conquistados.

Uma lenda relatada por Vanessa Tetteh (2006) narra que o rei Nana Adinkra foi capturado pelos Asantes após ter copiado o Banco Dourado, símbolo de poder e coesão tribal. Sua morte marcou a anexação de Gyaaman ao reino Asante. A tradição afirma que Nana Adinkra usava roupas decoradas com os símbolos que expressavam sua tristeza ao ser levado a Kumasi, capital dos Asante (Tetteh, 2006).

O Banco Dourado, como registrado por Bruce Willis (1998), representava a alma coletiva dos Asante, simbolizando sua prosperidade e unidade política. Até 1824, o estado Asante emergiu como uma das potências da África Ocidental, com um território superior a 1.610 km² e uma burocracia administrativa que garantiu sua supremacia por décadas (Willis, 1998).

Rucker (2008) detalha ainda que os artesãos de Gyaaman, especialistas em criar tecidos decorados, foram obrigados a ensinar sua arte aos Asantes. Nana Kwadwo Agyemang Adinkra, filho do rei de Gyaaman, transmitiu esse conhecimento a Kwaku Dwaku, residente próximo a Kumasi, estabelecendo a tradição dos tecidos Adinkra entre os Asante. No século XIX, os Asante adotaram os símbolos e os pintaram em tecidos, como uma forma de se despedir dos mortos, pois Adinkra significa "adeus à alma" na língua Twi. Hoje, esses tecidos são usados em funerais e também em ocasiões festivas em Gana (Tetteh, 2006).

Assim, VanessaTetteh (2006) ressalta que os Adinkra, além de seu uso em tecidos e joias, também decoram elementos arquitetônicos e esculturas rituais. Esses símbolos passaram a ter um papel decorativo, mas mantêm seus significados tradicionais, transmitindo aspectos do cotidiano social. Como destaca Kwame Anthony Appiah (1993), os Adinkra ajudam a preservar a rica herança filosófica e cultural dos povos Akan.

Um dos símbolos mais conhecidos, o Sankofa, que significa "retornar e recuperar", tornou-se um ícone presente em diversas formas de arte ao redor do mundo. No Brasil, o Sankofa pode ser encontrado em tatuagens, decoração de ambientes e até em itens de moda, exemplificando a influência cultural e a adaptabilidade desses símbolos (Veloso, 2022). Assim, os Adinkra não apenas sobreviveram ao processo de colonização e aculturação, mas também se transformaram, adquirindo outros significados e relevância cultural em diferentes partes do mundo.

Ressignificação no consumo cultural da simbologia Adinkra

O processo de apagamento cultural, muitas vezes causado pela hibridização cultural, ainda é um campo que precisa ser melhor explorado para se compreender a totalidade das implicações e os fenômenos resultantes. Como destaca Maria Elisa Cevasco (2006):

> A questão do hibridismo, uma constante em países como o nosso, formados a partir do choque de culturas, ganha um interesse maior em tempos ditos globalizados, quando a circulação de idéias e de produtos culturais atinge um grau inédito. Essa situação molda o debate cultural contemporâneo, reco-locando a questão da inter-relação entre a cultura nacional e o influxo externo (Cevasco, 2006, p. 1).

Nesse sentido, uma outra definição, derivada da primeira, a de **consumo cultural**, proposta por García Canclini (1993), se faz pertinente, pois entende o consumo como um

processo que vai além da simples apropriação material, envolvendo o uso e a ressignificação de produtos culturais. Essa ideia se alinha ao pensamento de Hall (1980), que defende que símbolos de uma cultura podem ser apropriados por outra, mesmo sem a compreensão total de seu significado original.

No caso dos símbolos Adinkra, trazidos pelos escravos Asante, sua função prática e estética foi rapidamente incorporada à vida cotidiana no Brasil, principalmente por meio de roupas e acessórios. Esses itens, originalmente repletos de significados culturais e espirituais, tornaram-se amplamente difundidos e adaptados no contexto brasileiro (Boddy-Evans, 2020). Como aponta García Canclini (1993), produtos culturais podem adquirir um valor simbólico que transcende sua função prática ou econômica, agregando sentidos e atraindo maior aceitação, o que explica o apelo desses símbolos no Brasil.

Para conceituar os fenômenos abordados neste artigo, é importante analisar a noção de "ressignificação simbólica", como definida por Stuart Hall (1980). O autor explica que esse processo ocorre quando símbolos, práticas ou significados culturais são reinterpretados em diferentes contextos, adquirindo novos significados ou usos. Este fenômeno está diretamente relacionado ao processo de difusão dos símbolos Adinkra no Brasil, onde esses ícones perderam seu sentido original e passaram a ser apreciados como elementos estéticos. Essa mudança cultural reflete o movimento de adaptação e transformação que é inerente à dinâmica das sociedades, na medida que se desenvolvem e enfrentam novas realidades.

Além disso, Hall (1980) argumenta que os significados culturais são constantemente construídos, contestados e transformados por meio dos processos de codificação e decodificação, destacando que esses significados não são fixos, mas podem ser negociados e reinterpretados por diferentes públicos:

> A codificação e decodificação de uma mensagem implica a utilização do mesmo código; isto é, nos casos em que uma mensagem é organizada e emitida em um código para um grupo que o recebe e o decodifica usando um código diferente, o o significado da mensagem será completamente diferente. Isto é o que Eco chama de "aberrante decodificação". Essas afirmações referem-se aos significados denotativos que são aqueles que são definidos pelo código mais amplamente utilizado, enquanto os significados conotativos são dados por subcódigos ou léxicos, limitados a determinados grupos e não a outros (Hall, 1980, p. 112).

Essa linha de pensamento é complementada por Peter Berger e Thomas Luckmann (1991), que ressaltam que a realidade social é criada e mantida através de processos simbólicos, incluindo a contínua ressignificação de símbolos ao longo do tempo.

Por sua vez, João José Reis (2000) destaca que esse processo de apropriação cultural pode ser comparado a outras formas de absorção de símbolos estrangeiros no Brasil, como o caso do símbolo chinês Yin-Yang, que, apesar de ter um significado superficialmente compreendido, é amplamente utilizado em objetos como joias e estampas.

No entanto, é importante reconhecer que, no caso dos símbolos Adinkra, a intensa difusão resultou do tráfico negreiro que trouxe milhões de africanos ao Brasil entre os séculos XVI e XIX, carregando consigo suas expressões culturais, sociais e espirituais (Reis, 2000).

Pierre Bourdieu (2010) também aborda a questão do **consumo cultural**, observando que as pessoas não apenas adquirem produtos culturais, mas os reinterpretam e utilizam de maneiras que refletem suas identidades individuais e coletivas. Ele argumenta que esses produtos, como arte, música e literatura, se integram de forma natural nas culturas, influenciando comportamentos e valores.

Duas outras abordagens são particularmente relevantes neste contexto: a economia simbólica e o sincretismo simbólico. Jean Baudrillard (1995) descreve a economia simbólica como um processo pelo qual símbolos e valores culturais são transformados em produtos econômicos, desempenhando um papel ativo na criação de valores e nas relações econômicas. Essa perspectiva, problematizada com os pensamentos de Hall (1980) e García Canclini (1993), sugere que os símbolos podem ser apropriados e transformados em produtos culturais para o consumo.

Esses símbolos, imagens e narrativas, muitas vezes, influenciam as decisões de consumo e até a formação de estratégias empresariais, como no caso dos Adinkra incorporados ao universo cultural brasileiro, refletindo as complexas dinâmicas de apropriação e ressignificação cultural ao longo da história (Canclini, 1993).

Assim, objetos de consumo podem ser investidos de significados simbólicos, que vão além de sua utilidade material, influenciando identificações sociais e culturais (Canclini, 1993). Veremos isso com bastante intensidade no aproveitamento comercial que adveio da apropriação e ressignificação dos símbolos Adinkra.

A Figura 1 representa um uso muito comum da simbologia Adinkra e não há um brasileiro sequer que possa se isentar de ter algum dia encontrado um portão com este design: os conhecidos e muito utilizados “portões de grade”, disponíveis por todo o país e que carregam forte influência da cultura Adinkra em sua constituição.

Figura 1 – Portão decorado com o símbolo Sankofa



Fonte: o autor, a partir de fotografia e de símbolo catalogado por Willis (1998).

Além dos portões, os símbolos Adinkra decoram os mais diversos materiais que fazem parte das residências brasileiras, dentre eles pisos e azulejos.

Figura 2 – Azulejo decorado com símbolos Adinkra



Fonte: o autor, a partir de fotografia e de símbolos catalogados por Willis (1998).

Essas referências fornecem a matéria-prima para se entender a base sobre a qual o presente artigo é desenvolvido, conectando os campos das artes visuais e estudos de mídia e

cultura em relação ao **consumo cultural** da simbologia africana Adinkra e sua ressignificação, a medida em que se difundiu na sociedade brasileira.

Tecidos bordados, como panos de prato, estampam a simbologia de forma clara, como na Figura 3.

Figura 3 – Tecido bordado com o símbolo Sankofa



Fonte: o autor, a partir de fotografia e de símbolo catalogado por Willis (1998).

E, além disso, a simbologia pode ser encontrada até em itens de vestuário muito comuns em certas regiões do país, como os famosos chapéus de couro nordestinos, que tomam forma e são decorados a partir da simbologia Adinkra, conforme **figura 4**.

Figura 4 – Chapéus de couro nordestinos, construídos sob inspiração da simbologia Adinkra



Fonte: o autor, a partir de fotografia e de símbolos catalogados por Willis (1998).

Os símbolos Adinkra são representações gráficas frequentemente estampadas em tecidos e adornos. Esses ideogramas, que foram originalmente esculpidos em materiais nobres como ouro, ferro e madeira, funcionam como selos, com cada um possuindo seu próprio nome e significado. Esses significados são geralmente relacionados a eventos históricos, comportamentos humanos, ou características da fauna e flora locais (Carmo, 2016). De acordo com Elisa Nascimento e Luiz Gá (2009), esses tecidos e símbolos eram tradicionalmente reservados à elite, sendo utilizados em celebrações cerimoniais, como rituais fúnebres e homenagens a líderes espirituais.

Elisa Nascimento e luiz Gá (2009) lembram que os símbolos Adinkra não apenas têm uma função estética, mas também servem como veículos para transmitir sabedoria popular, por meio de parábolas, provérbios e ditados. Esses símbolos refletem o contexto histórico em que surgiram, especialmente os conflitos e conquistas vividos no século XIX.

Mais do que simples decorações, essas estampas carregam significados profundos e continuam a desempenhar um papel central na cultura e economia de Gana, preservando valores, filosofias e normas socioculturais, com mais de 140 símbolos documentados até os dias de hoje (Nascimento; Gá, 2009).

Diante dessa riqueza simbólica, o processo de **consumo cultural** dos símbolos Adinkra no Brasil se revela um fenômeno interessante. A difusão desses símbolos, ao mesmo tempo que enriqueceu a cultura nacional, resultou na perda de parte de seus significados originais, com a simbologia sendo reinterpretada como elementos estéticos (Veloso, 2022).

No entanto, como sugere Asaf Romirowsky (2020), o processo de ressignificação de símbolos culturais pode refletir um distanciamento das pessoas em relação à sua própria história, evidenciando uma desconexão com a compreensão do passado.

Natalie Naomi May (2011) acrescenta que a mutilação de imagens e textos, enquanto fenômeno cultural, ainda necessita de uma investigação mais aprofundada. Embora os estudos anteriores tenham focado no ataque às representações divinas e reais, essa questão é muito mais ampla e abrange diferentes contextos políticos e culturais. É necessário examinar os danos a esses símbolos em um recorte específico para entender melhor suas implicações culturais e políticas em cada cenário.

A ressignificação na apropriação de Símbolos Culturais

Como destaca Heather Phillips (2010), a história da humanidade está profundamente entrelaçada com a preservação de símbolos e marcos culturais que representam a identidade de diferentes sociedades ao longo do tempo. Esses elementos não apenas refletem os valores e tradições de uma comunidade, mas também desempenham um papel central na transmissão de conhecimento entre gerações.

Entretanto, ao longo da história, observamos inúmeros episódios de ressignificação simbólica, o que muitas vezes resultou em perdas para a diversidade e riqueza cultural da humanidade contemporâneas (Phillips, 2010). Este texto busca explorar esses fenômenos, tanto em contextos históricos quanto em suas manifestações.

Como Roger Chapman (2010) explica, o processo de ressignificação de símbolos e o apagamento de histórias ocorrem de forma complexa e multifacetada, geralmente envolvendo tentativas de um grupo cultural – seja dominante ou subordinado – de suprimir ou reformular os elementos culturais de outro grupo com o qual faz contato ou mesmo se mistura. Isso pode ser feito de diversas maneiras, como por meio da destruição física de artefatos culturais, da imposição de novas narrativas ou da apropriação indevida de símbolos que têm significados profundos em seus contextos originais (Chapman, 2010).

Um exemplo notável desse fenômeno é o apagamento histórico dos significados dos símbolos Adinkra em solo brasileiro, como refletido por Richarde Rellie (2004). O autor defende que durante o período de escravidão, havia uma tentativa deliberada de negar aos escravizados a preservação de sua identidade cultural nativa. Assim, muitos eram forçados a abandonar suas heranças culturais e adotar, ao menos em parte, a cultura de seus opressores.

No entanto, essa tentativa de apagamento cultural foi mais eficaz em ambientes onde a concentração de escravizados era baixa, como nas pequenas fazendas e nos domicílios urbanos. Em locais onde havia uma concentração maior de escravizados, como nas grandes plantações, muitos aspectos da cultura dos escravizados não apenas sobreviveram, como também prosperaram e se difundiram amplamente (Rellie, 2004).

A simbologia Adinkra parece ter seguido esse caminho de sobrevivência e ressignificação. Luna e Klein (2010) apontam que a utilização do trabalho escravo nas Américas esteve tradicionalmente associada à agricultura comercial de exportação, como o

cultivo de açúcar, tabaco, algodão e café, que demandava uma concentração significativa de mão de obra escravizada. E, resgatando o papel dos escravos junto à produção agrícola paulista, os autores destacam que, como os negros adentraram os lares, junto às famílias brancas e participando de suas rotinas, levaram sua cultura junto.

Nesse processo e com relação aos símbolos Adinkra, Susan Scafidi (2005) explica que eram tradicionalmente utilizados em tecidos, cerâmicas e outras formas de arte pelos povos Asante, mas a difusão de tais símbolos no Brasil ocorreu em grande parte sem a preservação de seus significados originais. Desse modo, os símbolos foram incorporados na cultura brasileira como representações meramente estéticas, desprovidas do profundo significado cultural e histórico que possuíam originalmente (Scafidi, 2005). A autora discute ainda as implicações legais e culturais dessa apropriação sem contexto, destacando que a superficialidade com que os símbolos são compreendidos pode resultar no esquecimento de suas nuances culturais e históricas.

Explicando melhor tal fato, Hall (2007) argumenta que o interacionismo simbólico, ou o compartilhamento de significados entre diferentes culturas, ocorre como um resultado direto das interações sociais cotidianas entre indivíduos, e essa troca simbólica influencia e molda os comportamentos e significados em ambas as culturas envolvidas. No entanto, a ressignificação de símbolos pode ocorrer quando há barreiras linguísticas ou culturais, o que pode resultar na perda de significados originais, mesmo que os símbolos continuem a ser utilizados de outras maneiras.

Sobre a perda ocorrida nesta apropriação, Astrid Erll (2011) mexer na simbologia de uma cultura pode ser visto como uma forma de distorcer ou obscurecer momentos históricos que foram fundamentais para a sustentação de uma sociedade e sua identidade cultural. Dessa forma, qualquer ato de ressignificação simbólica ou mesmo revisionismo, toca na memória cultural de uma sociedade. Esta memória serve como um reservatório de conhecimento, permitindo que as narrativas históricas sejam preservadas ou revisadas ao longo do tempo e, apesar de ta relevância, a memória é também um mecanismo flexível que permite o questionamento e a reinterpretação constante (Erll, 2011).

Em complemento ao exposto por Astrid Erll (2011), de acordo com Von Henneberg (2004), a memória histórica não se resume a uma fonte de respostas para as questões que as sociedades enfrentam, mas também a força motriz por trás das próprias questões levantadas. O caminho para a memória é muitas vezes árduo, especialmente em contextos

onde a história foi deliberadamente suprimida ou distorcida por gerações. Também não reside apenas em arquivos e documentos históricos, mas nos grupos sociais que a vivenciam, e, por meio do ato de provocação e questionamento, é possível gerar espaços de resistência crítica contra visões históricas hegemônicas.

Von Henneberg (2004) argumenta que devemos buscar compreender os símbolos culturais em sua totalidade e agregar valor ao que a história tem a nos ensinar, ao invés de tentar ressignificá-los ou censurá-los.

Naomi Klein (1999) traz uma visão complementar para o entendimento dos fenômenos de apropriação cultural: a comercialização de símbolos culturais, destacando a relação entre suas apropriações e o mercado. Ela argumenta que o mercado, vendo possibilidades de lucro, muitas vezes transforma esses símbolos em mercadorias, diluindo seus significados originais e os utilizando como marcas ou produtos de consumo.

Pierre Bourdieu (2010) complementa essa visão ao afirmar que a cultura, quando explorada comercialmente, torna-se uma mercadoria que serve a dois públicos distintos: aqueles que compreendem seu significado simbólico e aqueles que consomem os produtos apenas por seu valor estético, sem conhecer ou valorizar seu significado cultural profundo. Assim, a ressignificação da simbologia na criação artística-cultural Adinkra ocorre num cenário em que os significados são transformados para se tornarem produtos consumíveis, desvinculados de seu contexto cultural de origem (Bourdieu, 2010).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este artigo tratou da relevância dos símbolos Adinkra dentro da cultura Asante e sua posterior ressignificação ao serem incorporados no tecido social e cultural do Brasil. A transição desses símbolos, de emblemas sagrados e comunicação visual a elementos estéticos, destaca o dinamismo das culturas em permanente contato e adaptação.

A emergência e influência do povo Asante na Costa do Ouro no século XVII, sob a liderança de figuras como Osei Tutu, e o subsequente desenvolvimento do Império Asante, ilustram a complexidade das interações culturais e econômicas que definiram a região. Essas interações foram intensificadas pelo envolvimento dos Asante no comércio transatlântico de escravos, ligando-os indelevelmente às economias e culturas do Atlântico (Carmo, 2016).

Os símbolos Adinkra, inicialmente usados como uma forma de expressar identidade e valores culturais, evoluíram além de suas funções originais. Sua adaptação pelos Asantes, após a conquista de Gyaman, e a ulterior dispersão desses símbolos através da diáspora africana, especialmente via o tráfico transatlântico de escravos, refletem a capacidade dos símbolos culturais de transcender origens e significados originais.

No Brasil, a ressignificação dos Adinkras de símbolos carregados de significado cultural e histórico para ornamentos e elementos decorativos ilustra um fenômeno cultural complexo de apropriação e adaptação. Essa transformação não é apenas um reflexo da perda de contexto cultural original, mas também da capacidade de adaptação e sobrevivência de elementos culturais em novos ambientes.

É inegável a importância que a simbologia Asante representa nos padrões estéticos da cultura nacional. Os poucos trabalhos que tratam da simbologia Adinkra e sua influência na cultura brasileira ainda não deram conta do imenso resgate histórico que precisa ser realizado para a observação desta cultura e sua influência no país.

Esta breve análise conclui que há uma necessidade contínua de investigar como os símbolos culturais são reinterpretados e integrados em novas culturas, em especial a simbologia Adinkra no Brasil. Ele serve como uma reflexão da dinâmica constante da cultura e da interação humana, enfatizando a importância de compreender os processos históricos e sociais que moldam a maneira como os símbolos e práticas são transmitidos, transformados e, às vezes, descontextualizados.

REFERÊNCIAS

APPIAH, Kwame Anthony. **In my father's house**: Africa in the philosophy of culture 1st paperback edition 1993. New York: Oxford University Press, 1993.

BETHELL, Leslie. **A abolição do Tráfico de Escravos no Brasil**. Rio de Janeiro: Expressão e Cultura; São Paulo: Editora da universidade de São Paulo, 1976.

BAUDRILLARD, Jean. **A sociedade de consumo**. Lisboa: Edições 70, 1995. Disponível em: <https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/613769/mod_resource/content/1/BAUDRILLARD_1995_A_sociedade_de_consumo.pdf>. Acesso em: 8 jul. 2024.

BODDY-EVANS, Alistair. **The Origin and Meaning of Adinkra Symbols**. ThoughtCo, 22 jan. 2020. Disponível em: <https://www.thoughtco.com/origin-and-meaning-of-adinkra-symbols-4058700>. Acesso em: 28 jun. 2024.

BOURDIEU, Pierre. **Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste**. London: Routledge, 2010.

BOSI, Alfredo. **Dialética da colonização:** Cultura brasileira e culturas brasileiras.São Paulo: Companhia das Letras, 1992. p.308-345.

CARMO, Eliane Fátima Boa Morte do. **História da África nos anos iniciais do ensino fundamental: os Adinkra**. Salvador: Artegraf, 2016. Disponível em: <https://www.ufrb.edu.br/mphistoria/images/Disserta%C3%A7%C3%B5es/Turma_2014/Eliane_Fatima_Boa_Morte_Do_Carmo.pdf>. Acesso em: 28 jun. 2024.

CERQUEIRA, Carlos Luiz Pereira de; SANTANA, Marise de. Os Adinkras: ideogramas das tribos africanas. In: XV Seminário do Programa de Pós-Graduação em Desenho, Cultura e Interatividade, Feira de Santana. **Anais…** Feira de Santana: UFES, 2020. Disponível em: <https://periodicos.uefs.br/index.php/AnaisPPGDCI/article/view/7562>. Acesso em: 28 jun. 2024.

CEVASCO, Maria Elisa. (2006). **Hibridismo cultural e globalização**. ArtCultura, v. 8, n. 12, 2006. Disponível em: < https://seer.ufu.br/index.php/artcultura/article/view/1408>. Acesso em: 04 out. 2024.

CHAPMAN, Roger. **Culture wars: An Encyclopedia of Issues, Viewpoints, and Voices**. M.E. Sharpe, Armonk, N.Y., 2010.

ELLIE, Richard. **Slave culture**. Britannica, 16 set. 2024. Disponível em: <https://www.britannica.com/topic/slavery-sociology/Slave-culture>. Acesso em: 18 set. 2024.

ERLL, Astrid. **Memory in Culture**. London: Palgrave MacMillan, 2011.

GARCÍA CANCLINI, Néstor (coord.). **El consumo cultural en México**. México, CNCA, 1993.

GONÇALVES, Vinícius Guimarães Reis. **O Império Ashanti e o papel da escravidão na conexão entre a África Ocidental e o Mundo Atlântico**. 2019. 100p. Dissertação de Mestrado – Programa de Pós-Graduação em Economia Política Internacional (UFRJ). Rio de Janeiro, 2016. Disponível em: <https://www.ie.ufrj.br/images/IE/PEPI/disserta%C3%A7%C3%B5es/2019/VIN%C3%8DCIUS%20GUIMAR%C3%83ES%20REIS%20GON%C3%87ALVES.pdf>. Acesso em: 18 set. 2024.

HALL, Stuart. et al. (eds). **Culture, Media, Language**. London: Routledge, 1980. Disponível em: <https://www.academia.edu/10114880/Stuart_Hall_Culture_Media_Language>. Acesso em: 8 jul. 2024.

KLEIN, Naomi. **No Logo: No Space, No Choice, No Jobs**. Picador, 2009.

LUNA, Francisco Vidal; KLEIN, Herbert S. **Escravidão africana na produção de alimentos em São Paulo no século 19**. Estudos Econômicos, v. 40, n. 2, jun. 2010. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ee/a/MCM6xqhjvg7RbCfhFH34Jyr/#>. Acesso em: 8 jul. 2024.

MAY, N. N. **Iconoclasm and Text Destruction in the Ancient Near East and Beyond**. Institute for the study of ancient cultures, abr. 2011. Disponível em: <https://isac.uchicago.edu/research/symposia/iconoclasm-and-text-destruction-ancient-near-east-and-beyond-0>. Acesso em: 10 set. 2023.

NASCIMENTO, Elisa Larkin; GÁ, Luiz Carlos (orgs.). **Adinkra: sabedoria em símbolos africanos**. Rio de Janeiro: Pallas, 2009.

OLIVEIRA, Maria Amália Silva Alves de. et al. **Cultura Brasileira** - Vol 2. Rio de Janeiro: Fundação Cecierj, 2016. Disponível em: <https://canal.cecierj.edu.br/082018/01898e8795f14c5f2446469df7c9ed8d.pdf>. Acesso em: 23 set. 2024.

PHILLIPS, Heather. **The Great Library of Alexandria?** Library History, v. 17, n. 1, 2001.

REIS, João José. **A presença negra: encontros e conflitos**. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Brasil: 500 anos de povoamento. Rio de Janeiro, 2000.

ROMIROWSKY, Asaf. **Why the Erasure of History Matters**. The Begin-Sadat Center for Strategic Studies, Bar-Ilan University, 7 set. 2020.

RUCKER, Walter C. **The River Flows On: Black Resistance, Culture, and Identity Formation in Early América**. Louisiana: LSU Press, 2008.

SCAFIDI, Susan. **Who Owns Culture? Appropriation and Authenticity in American Law**. Rutgers University Press, 2005.

TETTEH, Vanessa. A. **Adinkra at Ntonso**. The Mirror, 22 abr 2006, p. 32. Disponível em: <https://lahs3-ddesign.weebly.com/uploads/5/4/8/5/5485359/adinkra_symbols.pdf>. Acesso em: 20 set. 2024.

VELOSO, Abraão. **Tecnologia Ancestral Africana: Símbolos Adinkra**. Espaço de Conhecimento UFMG, 16 de agosto de 2022. Disponível em: <https://www.ufmg.br/espacodoconhecimento/tecnologia-ancestral-africana-simbolos-adinkra/>. Acesso em: 20 set. 2024.

VON HENNEBERG, Krystyna Clara. **Monuments, Public Space, and the Memory of Empire in Modern Italy**. History & Memory, Indiana University Press, V. 16, N. 1, 2004, p.37-85.

WILLIS, Bruce W. **The Adinkra Dicionary. A visual Primer on the language of Adinkra**. Washington: 1998.

Os autores são responsáveis pela fidedignidade dos dados apresentados.

APONTAMENTOS SOBRE GÊNERO, SEXUALIDADE E TRABALHO EM UMA ANÁLISE DA REVISTA LAMPIÃO DA ESQUINA

Karen Greco Soares[1]
Lindamir Salete Casagrande[2]

RESUMO

Este artigo apresenta os resultados iniciais de uma tese que investiga o conceito de trabalho LGBTQIAP+ na Revista Lampião da Esquina, periódico veiculado durante a ditadura cívico-militar (1964-1985). A partir de noções de gênero, sexualidade e trabalho como tecnodiscursos, procura-se entender a noção de trabalho LGBTQIAP+ no contexto representado pela revista e como ela é fundante na regulação e controle destes sujeitos a lógicas de produtividade de trabalho, preconceito e discriminação.

Palavras-chave: Gênero; Sexualidade; Trabalho; LGBTQIAP+; Lampião da Esquina.

NOTES ON GENDER, SEXUALITY, AND WORK IN AN ANALYSIS OF THE REVISTA LAMPIÃO DA ESQUINA

ABSTRACT

This article presents the initial results of a thesis investigating the concept of LGBTQIAP+ labor in Revista Lampião da Esquina, a periodical published during the civic-military dictatorship (1964-1985). Drawing on notions of gender, sexuality, and labor as technodiscourses, the research seeks to understand the concept of LGBTQIAP+ labor within the context represented by the magazine and how it plays a foundational role in the regulation and control of these individuals under the logics of labor productivity, prejudice, and discrimination.

Keywords: Gender; Sexuality; Labor; LGBTQIAP+; Lampião da Esquina.

INTRODUÇÃO

Muitas são as tentativas de compreender, na história recente das ciências, os motivos pelos quais as trajetórias de gênero e sexualidade devem "obedecer" a determinadas normas, prescrições ou delineamentos. No contexto do trabalho, não é diferente. Apesar do constante esforço dos estudos de gênero e *queer* darem voz a desigualdades, preconceitos, limitações e normatizações de pessoas LGBTQIAP+ no mundo do trabalho, o cenário ainda se revela desafiador e preocupante. Em levantamento realizado pela rede social *LinkedIn*

[1] Doutoranda em Tecnologia e Sociedade, Universidade Tecnológica Federal do Paraná, e-mail: karengreco2@gmail.com.
[2] Pós-doutora em Estudos Interdisciplinares sobre Mulheres, Gênero e Feminismos, Universidade Tecnológica Federal do Paraná, e-mail: lindasc2002@gmail.com. Orientadora do trabalho.

(2022), 43% de entrevistados LGBTQIA+ afirmaram já terem sido vítimas de preconceito nos seus locais de trabalho, principalmente por meio de piadas e comentários homofóbicos. Outros 53% afirmam ter presenciado alguma situação discriminatória envolvendo outros colegas. Ainda, de acordo com as respostas, foram presenciados xingamentos, piadas e comentários inapropriados feitos de maneira direta ou indireta no ambiente de trabalho a pessoas LGBTQIA+.

Apesar de avanços significativos na esfera dos Direitos Humanos e o acesso de pessoas LGBTQIAP+ no mercado de trabalho, o tema carece de reflexões científicas que o coloquem em uma perspectiva de análise histórica e situada.

A partir do campo de estudos interdisciplinar em Ciência, Tecnologia e Sociedade, os chamados estudos CTS fornecem ferramentas metodológicas e analíticas para a compreensão do fenômeno em uma lógica abrangente, se tornando assim a categoria trabalho LGBTQIA+ um interesse de estudo. É possível compreender as bases históricas que formam os sentidos do trabalho LGBTQIAP+? Qual a origem destes preconceitos enraizados na sociedade? Como operam as tecnologias de gênero na construção das noções de trabalho? Sem dúvidas, são questões que não podem ser respondidas na sua totalidade, mas oferecem um norte de estudo. Com isso em vista, este estudo busca apresentar os primeiros resultados de uma tese de doutorado sobre a construção da noção de trabalho LGBTQIAP+, em uma perspectiva histórica e interdisciplinar, a partir de um olhar sob a Revista Lampião da Esquina.

Lampião da Esquina foi um periódico surgido no final de 1977, durante o auge da ditadura cívico-militar brasileira, sendo um dos muitos periódicos de imprensa alternativa do período. A revista destaca-se por trazer pela primeira vez documentalmente no Brasil uma publicação voltada aos anseios, especificidades e práticas de pessoas gays, lésbicas, bissexuais, travestis e transsexuais no Brasil da época. Os relatos presentes em Lampião da Esquina fornecem o contexto brasileiro e como ocorriam as dinâmicas do trabalho LGBTQIAP+ durante os anos 1970 e 1980 no Brasil – fato este que pode contribuir para a compreensão de algumas de suas problemáticas hoje.

Dessa forma, este estudo tem por objetivo trazer um recorte de análise de uma reportagem na revista, buscando compreender os sentidos do trabalho do período e tendo como referencial de análise a noção de gênero, sexualidade e trabalho como *tecnodiscursos.*

Reconhece-se que o termo "tecnodiscurso" não possui uma definição única e específica nos autores base escolhidos para auxiliar nesta pesquisa. Entretanto, destaca-se que quando utilizada a expressão, estamos seguindo a linha de De Lauretis (1994) e Foucault

(2007), que reconhecem que os discursos atuam como tecnologias sociais que não são neutras, mas estão imersas em contextos sociais, políticos e culturais, que de forma combinada, atuam na regulação e construção de estigmas e preconceitos de determinados grupos, como é o caso de pessoas LGBTQIAP+.

GÊNERO, SEXUALIDADE E TRABALHO: TECNODISCURSOS

Para Teresa De Lauretis (1987), gênero não é simplesmente uma categoria biológica ou uma divisão binária entre masculino e feminino. Em sua obra, ela destaca que o gênero é uma construção social e cultural complexa, moldada por instituições, discursos e práticas sociais. Além de rejeitar a ideia de que o gênero é uma essência biológica, destaca que gênero, assim como para Butler (2003), trata-se de uma performance. De Lauretis, com este pensamento, introduziu a ideia de "tecnologia do gênero" (1994), sugerindo que as normas de gênero são produzidas e mantidas por meio de práticas e representações culturais, sendo elas então complexas tecnologias que fabricam formas de *ser* e *estar* na sociedade. Nessa perspectiva, "tecnologia de gênero" não se refere a um dispositivo mecânico, mas sim às maneiras pelas quais os gêneros são construídos e performados na sociedade.

Da mesma forma, o conceito de sexualidade, que por muito tempo foi visto pela ciência tradicional como um dado individual, “instintivo” ou “biológico” do ser humano, também hoje é possível observá-lo por uma lógica social abrangente. Michel Foucault, em História da Sexualidade – A vontade do saber (2015), argumenta que a sexualidade não é apenas uma expressão individual ou privada, mas é também uma questão de controle social. Ele desenvolveu o conceito de "biopolítica", sugerindo que as instituições modernas exercem um poder regulador sobre a vida e a saúde dos indivíduos, incluindo suas práticas sexuais, que ocorrem através dos seus discursos. Foucault destaca a importância dos discursos na formação das normas sociais em torno da sexualidade, argumentando que o discurso influencia diretamente o que é considerado aceitável ou desviante em relação à sexualidade.

> Poderíamos dizer que, assim como a sexualidade, o gênero não é uma propriedade de corpos nem algo existente a priori nos seres humanos, mas, nas palavras de Foucault, “o conjunto de efeitos produzidos em corpos, comportamentos e relações sociais”, por meio do desdobramento de “uma complexa tecnologia política” (Lauretis, 1994, p. 123).

Nesse sentido, gênero e sexualidade podem ser entendidos como tecnologias complexas de discursos, práticas e representações. Essa visão traz a percepção de como, por exemplo, mídias como o cinema, a literatura, revistas e outras formas de expressão cultural contribuem para a formação das identidades de gênero e para a criação de normas sociais em torno do que é considerado masculino, feminino ou “desviante”. Podemos então assim partir para uma noção de *tecnodiscursos* como os discursos que produzem tecnologias de gênero, ou seja, que fabricam gêneros e sexualidades na esteira social. O termo "tecnodiscurso" enfatiza a interseção entre tecnologia, discurso e as práticas sociais envolvidas.

As tecnologias discursivas de cada época podem desempenhar um papel relevante na construção e reprodução de normas de gênero. Em seu ensaio "Manifesto Ciborgue", Dona Haraway (1985) traz uma leitura importante para entender como as tecnologias moldam as experiências de gênero. Ao abraçar a ideia do ciborgue, Haraway explora que as relações de poder estão embutidas nas tecnologias e nas estruturas sociais. Foucault também argumenta que as instituições sociais, como escolas, prisões e hospitais, exercem poder ao disciplinar os corpos individuais, moldando comportamentos e normas. Isso também se estende ao ambiente do trabalho produtivo, onde práticas disciplinares são implementadas.

Neste sentido, a categoria trabalho, que possui um caráter disciplinador, normativo e regulador, também é atravessado por discursos e tecnologias que constroem representações de gênero e sexualidade na sociedade. Portanto, este estudo tem por objetivo entender as construções de sentido sobre o trabalho LGBTQIAP+, a partir da análise de relatos veiculados na revista Lampião da Esquina, quando da sua primeira edição, em 1977. A escolha desta revista se dá por representar um importante registro histórico de uma época marcada pela profunda repressão do Estado e que até hoje traz reflexos nas mais diferentes camadas da sociedade brasileira. Para este artigo, seleciona-se a primeira reportagem analisada pela tese em andamento.

METODOLOGIA

O aporte metodológico da pesquisa é aderente a um viés de análise qualitativo, interpretativo e interdisciplinar. Embora assumam-se algumas filiações foucaultianas e pós-estruturalistas (Foucault, 2015; Butler, 2003; Lauretis, 1994; Haraway, 1995), é

necessário dizer que a vertente metodológica se refere a uma matriz analítica própria e situada.

Esta perspectiva ganha reforço ao entender, assim como Haraway (1994, p. 581), que um olhar da ciência separado e acima do objeto está associado a sistemas e práticas de dominação e que, pelo contrário, é necessário reconhecer o caráter incorporado e situado do conhecimento. Inclusive, da pessoa pesquisadora na pesquisa, pois, com seus repertórios e experiências participa ativamente do processo qualitativo-interpretativo.

Dessa forma, o interesse é que a análise “privilegie a contestação, a desconstrução, as conexões em rede e a esperança na transformação dos sistemas de conhecimento e nas maneiras de ver" (Haraway, 19995, p. 581). Da mesma forma ocorre nas narrativas metodológicas usuais nas pesquisas CTS, que são marcadas por uma crítica ao modelo de desenvolvimento científico e tecnológico tido como “neutro” ou “imparcial”.

A análise da reportagem selecionada, assim, obedece a quatro critérios formulados de maneira própria, para dar conta de atender aos objetivos de pesquisa. A seguir seguem as quatro principais considerações analíticas e referenciais que baseiam a escolha da reportagem selecionada em *Lampião da Esquina.*

Quadro 1 - Matriz metodológica conceitual da pesquisa.

MATRIZ METODOLÓGICA CONCEITUAL	
Critérios de seleção dos enunciados	Busca analítico-discursiva
(1) aderência ao viés do trabalho	(1) concepções históricas sobre trabalho e LGBTQIA+ nas reportagens selecionadas
(2) marcadores de gênero e sexualidade	(2) formulações sobre o ontem-hoje - similaridades, discrepâncias presentes nos textos, como exercício do resgate histórico
(3) representações tecnopoliticas normativas/disruptivas	(3) como se constroem representações de gênero e seus núcleos de significação
(4) eixos de regulação-emancipação dos enunciados	(4) definição dos aparatos tecnológicos da regulação-emancipação

Fonte: Elaborado pela autora (2024).

PRÊAMBULO DE ANÁLISE: A REVISTA "O LAMPIÃO DA ESQUINA" NO CONTEXTO DA DITADURA CÍVICO MILITAR

A ditadura cívico-militar brasileira foi um regime político que perdurou mais de 20 anos no Brasil e representou "o fim das liberdades democráticas, a repressão e o terror como política de Estado". Sua ascensão e consolidação ao longo dos anos se deu "por meio de uma bem arquitetada estrutura legislativa, que dava sustentação ao regime militar". (PRIORI et al, 2012, p. 199).

É necessário destacar esse acontecimento como um marco que se opunha drasticamente às mudanças trabalhistas que se realizavam no país:

> Devemos enfatizar que a ditadura militar não foi resultado do acaso, de um acidente. Pelo contrário, ela foi sendo estruturada conforme a democracia e a participação política da população iam se ampliando. Não podemos negar que no início dos anos 1960 estava sendo configurada uma nova forma de ação, por meio da organização popular, que questionava o arbítrio interno e a dependência externa e exigia mudanças nas estruturas econômicas e sociais, visando a uma maior inclusão social da população pobre e trabalhadora (Priori et al, 2012, p. 199).

Enquanto período de profundas mudanças sociais e políticas no Brasil, o golpe militar de 1964 teceu impactos de longa duração nas relações sociais do país. Especialmente no período da ditadura, foram mudanças que atendiam a uma rede de relações de poder entre instituições e países:

> Os direitos trabalhistas e sociais sofreram retrocessos com a implantação da ditadura civil-militar no Brasil em 1964. O golpe de 1º de abril, apoiado pelo imperialismo norte-americano, pelos setores conservadores da alta hierarquia da Igreja Católica, pela burguesia internacional e nacional (industrial e financeira, os grandes proprietários de terras), conteve o avanço das forças populares que vinham num crescente nível de organização e mobilização em torno das lutas pelas reformas de base (Lara; Silva, 2015, p. 3).

Com a percepção de que a ditadura militar afetou profundamente as relações de trabalho no Brasil, entendemos que este contexto é bastante relevante para que se possa estabelecer uma compreensão sobre o trabalho experenciado pelas pessoas LGBTQIAP+, juntamente com o histórico de violências, crueldade e aniquilação advindos do período.

Isto posto, produções desta época, como o caso de Lampião da Esquina, fornecem registros e discursos que podem tratar de explicitar como se construía o lugar das

populações dissidentes do gênero e da sexualidade no mercado de trabalho à época. Para este artigo, seleciona-se a reportagem “Celso Cúri processado. Mas qual é o crime deste rapaz?” em um exercício interpretativo e analítico sobre as noções de trabalho representadas pela revista Lampião da Esquina naquele período.

ANÁLISE DE LAMPIÃO DA ESQUINA: REPORTAGEM "CELSO CÚRI PROCESSADO. MAS QUAL É O CRIME DESTE RAPAZ?"

O ano era 1978. Em um contexto repressivo e violento como o da ditadura cívico militar que assolava o Brasil do período, as primeiras tiragens de Lampião da Esquina começam a ser veiculadas. Com o objetivo de ir na contramão social e cultural do momento, na edição de lançamento da revista *Lampião da Esquina* se exploravam temas que, naquela época, em veículos tradicionais, não se poderia abordar, tais como ensaios fotográficos e culturais, notícias sobre artistas do meio LGBTQIA+ e informações sobre encontros, filmes, poesias e artes com temáticas afins do universo de gays, lésbicas, travestis, transsexuais, bissexuais, etc. Para essa pesquisa, sendo o foco notadamente a categoria trabalho, seleciona-se para uma primeira análise a reportagem principal da sua edição de lançamento, intitulada: *“Celso Curi processado. Mas qual é o crime desse rapaz?”.*

Logo ao nos depararmos com a capa da edição de abertura e da reportagem de destaque, nos detemos ao termo “crime”:

Figura 1 - Capa da edição de lançamento de Lampião da Esquina.



Fonte: Lampião da Esquina 1978.

Pode ser apenas uma coincidência conceitual que, justo no primeiro periódico nacional voltado para pessoas LGBTQIAP+, tenha-se, como destaque da capa uma notícia que remeta ao lugar do crime, do ilegal. Mas a história trata de explicar que essa coincidência, na verdade, é um lugar comum.

A reportagem descreve a história de uma coluna muito popular do jornal paulista *Última Hora* - chamada *Coluna do Meio* e que o jornalista que produzia esta coluna havia sido processado. Na parte inicial da reportagem, traz-se uma contextualização sobre o que é *Coluna do Meio* criada pelo jornalista gay Celso Curi, além de trazer personagens e explicar sobre como se dava a dinâmica de interação entre o público e a coluna: "A 5 de fevereiro de 1976, começou a sair diariamente nas páginas do jornal paulista Última Hora uma nova coluna de cunho informativo, social e burlesco" (Lampião da Esquina, 1978, p. 6). Hoje, a Coluna do Meio é considerada também a primeira coluna do Brasil a tratar da temática gay no país[3].

Segundo o relato feito na reportagem, a Coluna do Meio recebeu tamanha popularidade na época que a redação chegava a receber 30 a 40 cartas diárias. Os recados falavam de forma afirmativa: "não somos marginais nem doentes como muitos querem", assim como outros relatos como "viados, escrotos, raça maldita". Ainda, recebiam alguns depoimentos, que a reportagem em Lampião transcreve na íntegra:

> Trabalho comercialmente, lido com muitas pessoas, a princípio eles ficam meio sem jeito, mas depois se acostumam, mas nunca dão-me o respeito, o valor, e a consideração que quero, todos querem saber se sou homem ou mulher, enfim eu não ligo, mas sinto-me infeliz (Lampião da Esquina, 1978, p. 7).

Este trecho da Revista Lampião da Esquina (1978) traz o relato de uma pessoa LGBTQIAP+ daquela época, revelando a profunda insatisfação com a falta de reconhecimento e respeito no ambiente de trabalho. Noções como: respeito, valorização e papéis de gênero estão no centro da construção do enunciado.

[3] Em entrevista, no ano de 2019, à Murro TV, Celso Cúri afirma que a Coluna do Meio foi a primeira coluna voltada ao público gay criada no Brasil. Entrevista disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=07HHSvsPJfA&t=799s

Em um primeiro esforço interpretativo, a noção de trabalho apresentada traz a ideia do respeito como algo não assegurado ou não garantido: “Nunca dão-me o respeito, o valor e a consideração que quero”. Já a frase "todos querem saber se sou homem ou mulher" evidencia a pressão para a categorização de gênero no ambiente de trabalho dentro de uma binariedade de papéis. O sentimento de infelicidade, mencionado ao final, reflete o impacto emocional à pessoa, gerando desconforto e marginalização.

Um ponto que podemos destacar deste relato é o drible da dor (Lima, 2013), que fica evidente na sentença “não ligo, mas me sinto infeliz”. Esse aspecto contraditório da infelicidade e, ao mesmo tempo, do não ligar é um processo de “fuga” da dor. O drible da dor trata-se de uma manobra utilizada ao perceber obstáculos e desafios que tem por pano de fundo o gênero ao longo de carreiras no mundo do trabalho. Este termo foi cunhado em uma pesquisa voltada para mulheres na ciência “O labirinto de cristal: as trajetórias das cientistas na Física” em que exemplificava como os obstáculos são cristalizados, velados e driblados pelas mulheres ao longo das suas carreiras na ciência.

O drible da dor é um mecanismo de minimizações e até mesmo do não reconhecimento dos problemas associados ao gênero na ascensão de uma carreira científica por parte das próprias cientistas (Lima, 2013, p. 886). Salvos os contextos da pesquisa, entendemos que este processo se aplica no entendimento de pessoas LBGTQIA+ e sua relação com o trabalho, como expresso em *Lampião da Esquina*.

Também nesta passagem, fica evidente o marcador da heteronormatividade que tem por pano de fundo a norma do binarismo homem/mulher. A binaridade de gênero que atribui socialmente os papéis de homem e mulher interfere na subjetividade do sujeito. Por não performar feminilidade ou masculinidade adequada a lógica produtiva, fica evidente o descontentamento, os sentimentos difusos em relação a si mesmo e a desvalorização e o desrespeito com que esta pessoa sofria no ambiente de trabalho.

Traçando um paralelo com os dias atuais, a problemática parece se repetir de maneiras diferentes: segundo estudo feito pela *Elancers*, em uma pesquisa realizada com recrutadores de 10 mil empresas no ano de 2015, quase 20% deles responderam que não contrataria um homossexual para determinados cargos[4]. A realidade que pessoas LGBTQIA+

[4] Fonte: https://www.terra.com.br/noticias/brasil/demitidos-por-serem-gays-o-nada-facil-mercado-de-trabalho-para-lgbts,220a094b8b5532e5cbd90ac99e8e3877mqbwRCRD.html

enfrentam no mercado de trabalho não se traduz somente nas dificuldades de acesso, mas também na sua permanência em empregos. Em entrevista à Folha de Pernambuco[5], Natasha Rios, mulher trans, explica: "quando conseguimos fazer a seleção, o fato de a gente ser o que é, eles não nos empregam. E quando entramos, até a utilização do banheiro é motivo para dificultar a permanência" (Rios, 2019, n.p.). E Karla Dias, outra entrevistada, reforça: "quando entregava a documentação com o nome masculino e eles viam que minha aparência é feminina, automaticamente diziam que a vaga foi preenchida" (Dias, 2019, n.p).

Dando continuidade à leitura da reportagem, ao abrir a página 6 da revista, que contém a íntegra da matéria, estampa-se em primeiro plano o rosto de Celso Cúri com óculos escuros e um título que assim se colocava: *"Demissão, processo, perseguições. Mas qual é o crime de Celso Cúri?"*

Figura 2 - Cabeçalho de reportagem de Lampião da Esquina.


REPORTAGEM

Demissão, processo, perseguições.
Mas qual é o crime de Celso Cúri?

Colunista mais lido da Última Hora de São Paulo, responsável direto pelo aumento de vendagem do jornal, Celso Curi, o rapaz da "Coluna do Meio", foi demitido em novembro de 1977 sob o pretexto de "contenção de despesas". A demissão, na verdade, era apenas mais uma etapa da campanha contra o jornalista que ousou transformar em assunto diário do jornal um tema até então considerado tabu: o homossexualismo. Por causa disso ele também foi incurso no Art. 17 da Lei de Imprensa – "ofender a moral e os bons costumes" – e, processado, poderá ser condenado a um ano de prisão.

"O Papa diz que é pecado. Os anjos não dizem amém." (Celso Curi)

Fonte: Lampião da Esquina 1981.

E assim começa-se a explicar o motivo da reportagem exclusiva. Celso Cúri, jornalista gay do jornal *Última Hora* de São Paulo e colunista da *Coluna do Meio*, segundo o relatado na matéria, havia sido despedido, não podendo mais produzir a tão popular *Coluna do Meio*. O que haveria de ter acontecido para explicar a demissão, tendo em vista que a coluna era um sucesso? O motivo alegado pelo jornal era o de uma "violenta crise financeira", o que levou à necessidade de conter gastos e reduzir a redação (Lampião da Esquina, 1978, p. 06).

Essa sentença leva-nos a compreender que em 1978, o trabalho formal no Brasil, que predominantemente era composto por homens, se abria às populações homossexuais, *desde que* não fossem reveladas suas orientações sexuais e de gênero. Uma visão universalista e tecnicista acerca do trabalho, podemos inferir desta época (Soares, 2017) que partia da adoção de um modelo de gestão organizacional baseado em valores universais. Uma maneira

[5] Fonte: https://www.folhape.com.br/noticias/os-desafios-dos-lgbti-no-mercado-de-trabalho/113266/

de lidar “com seus empregados como se suas diferenças pudessem desaparecer sob a formalidade das posições hierárquicas” (Saraiva, Irigaray, Carrieri, 2009, p. 76).

Segundo Luís Alberto Feitosa (2014), até mais da metade do século XX, era desejado e praticado que o perfil das/os trabalhadoras/es fosse homogêneo, no sentido de não haver diferenciação de pensamento, tanto no jeito de ser quanto no de agir.

Destarte, a matéria faz uma denúncia: Celso Cúri, na verdade, não havia sido demitido por corte de custos financeiros, mas sim, porque ele respondia a um processo jurídico de censura e por esse motivo foi afastado do jornal. Segundo o relatado na matéria, o Ministério Público, logo no terceiro dia de circulação da coluna, “apresentava denúncia contra o autor da Coluna do Meio” (Lampião da Esquina, 1978).

Celso Cúri havia sido acusado pelo Art. 17 da Lei de Imprensa, que denomina certos tipos de crimes por “ofender a moral e os bons costumes”. Segundo o crime que compunha a acusação, a detenção seria de 3 meses a 1 ano, com multa de 1 a 20 salários-mínimos à época. Ainda, por conter o correio elegante na coluna, havia uma pena extra incisa no processo: a de que se defendia “abertamente as uniões anormais entre seres do mesmo sexo” (Lampião da Esquina, 1978, p. 7).

A reportagem detalha os autos do processo a Celso Cúri e como o seu advogado montou a defesa, buscando argumentos que comprovassem o caráter inofensivo da coluna. Segundo o advogado de Cúri em relato à reportagem, o argumento de que uma coluna sobre a temática gay pudesse ferir a constituição seria absurdo, visto que em outras temáticas não havia represália. Por exemplo, como por ele destacado: o mero fato de escrever uma coluna endereçada à temática gay não faria outras pessoas gays, assim como uma coluna de futebol não tornaria pessoas apaixonadas por futebol ou uma coluna policial tornaria quem o lê policial (Lampião da Esquina, 1978, p. 7). E mais, o advogado, no decorrer da reportagem, argumenta:

> Ao falar de homossexualismo[6] em sua coluna, Celso Curi não fez senão uma inovação em nosso jornalismo. Abriu campo para que um tema até então considerado tabu começasse a ser tratado com a mesma naturalidade com que se fala de futebol. Acho que o pecado de Celso Cúri foi o de ter sido o primeiro a fazer isso (Lampião da Esquina, 1978, p. 7).

[6] No ano de 1978, homofobia era considerada uma doença, dessa forma, o sufixo “ismo” denota a visão comum à época de uma patologia.

A entrevista do advogado de Cúri traz alguns enunciados que refletem como o tema da sexualidade e do trabalho eram pautados àquela época. Em um primeiro momento: “crime”, “anomalia”, “nojo”, como segue na sentença dita por um dos que escreviam à Coluna do Meio *"eu vomito quando penso em vocês”* (Lampião da Esquina, 1978, p. 7). E, em um segundo momento, uma espécie de “inovação”. A palavra utilizada *inovação* traz justamente a percepção de que, ao passo em que existe uma regulação, há também um processo transformador em voga que acontece com a existência da Coluna do Meio.

Desta forma, ao aplicarmos a matriz metodológica interpretativa a esta reportagem, elucidamos os seguintes pontos de significação discursiva presente em seus enunciados:

Quadro I - Resultados para reportagem “Celso Cúri processado. Mas qual o crime deste rapaz?”

Critérios analítico-discursivos	**Resultados**
(1) concepções históricas sobre trabalho e LGBTQIA+ na reportagem selecionada	● Visão tecnicista e utilitarista acerca do trabalho, sendo um local onde não se deve falar sobre outra norma que não a heterossexual; ● Demissão e perseguição quando o assunto é associado ao ambiente de trabalho; ● O viés criminal, pelo processo jurídico; ● O viés cultural e comportamental, por “ferir a moral e os bons costumes”; ● O viés da anomalia, do nojo e da repulsa, associado a visões patologizantes.
(2) formulações sobre o ontem-hoje: similaridades e discrepâncias no exercício do resgate histórico	● Similaridades: um sentido de silêncio, em que falar sobre é algo constrangedor, errado, nefasto, que nem mesmo o jornal tratou de falar abertamente qual seria o real motivo da demissão; ● Discrepâncias: atualmente, diversos setores trabalhistas empregam práticas de “valorização” e inclusão de pessoas LGBTQIA+ com vistas a uma maior produtividade empresarial (SOARES, 2017).
(3) como se constroem as representações de gênero e seus núcleos de significação	● Voz de autoridade: a reportagem é construída segundo o entendimento de um especialista do Direito que defendia Celso Cúri. Com essa narrativa, o especialista estabelece o que é e o que não é errado segundo a Lei; ● Busca-se o confronto, o embate e a contraposição de ideias entre especialista e Estado; ● O argumento, embora vindo do especialista, tratou de resguardar a temática gay como algo que é inofensivo à vida social, porém sem tanto aprofundamento sobre o problema
(4) definição dos aparatos tecnológicos da	● Emancipação: A Coluna do Meio promoveu um

regulação emancipação	espaço de conhecimento em torno da comunidade gay. Muitos passaram a se conhecer, entender que não estavam sozinhos, e com isso sentir-se pertencentes, trazendo sentidos de pertencimento, de orgulho e de se sentir parte. Há também um sentido de inovação na discursividade da Coluna; ● Regulação: O caso gerou uma normativa por parte do Estado, que agiu diretamente de forma a abafar e "conter" a Coluna, conferindo um processo na pessoa de Celso Cúri.

Fonte: Dados da pesquisa – Elaboração própria. (2023).

Em um esforço interpretativo acerca deste registro histórico e análise prévia realizada, em Lampião da Esquina podemos rememorar o histórico de lutas, perseguições, desafios e sobrevivência de corpos LGBTQIA+ na esfera do trabalho das populações dissidentes de gênero e sexualidade no Brasil.

Destaca-se que, historicamente, o trato das sexualidades brasileiras no que diz respeito ao trabalho é relacionado a um lugar de criminalização e anormalidade, sendo estes indivíduos, constantemente atrelados a subempregos, como a prostituição, o tráfico e, muitas vezes, a cadeia, a demissões espontâneas, perseguições, violências físicas e verbais, como fica explicito na reportagem analisada.

O interesse é reunir de forma organizada cada resultado obtido com as análises das reportagens a fim de entender os principais sentidos do trabalho, do gênero e da sexualidade, formulando uma arquitetura dessas informações dentro de uma produção discursiva que compreenda como se constrói uma noção do trabalho LGBTQIAP+ no contexto da revista e, consequentemente, como ocorre o *tecnodiscurso* que constrói o gênero por meio do trabalho.

Tendo esses elementos extraídos da revista, nasce o que queremos chamar, enquanto tese, de aparato tecnológico da regulação-emancipação, fenômeno tecnodiscursivo do trabalho, que à medida que regula, disciplina e normatiza, também liberta e emancipa, gerando uma contraconduta a pessoas LGBTQIAP+, como expresso em outro trecho da reportagem, quando do relato de uma pessoa trans de 21 anos:

> A cana vem sempre, às vezes preta e branca, às vezes preta e vermelha. Levam pra delegacia, pra 42, soltam de manhã. Se não arranjar emprego, então fica na cadeia. Ah, meu amor, só peguei cana um mês; porque não trago documento na bolsa, então é vadiagem. A gente corre perigo na esquina…Mas aqui dá pra viver. Eu

> mesma não sabia que a Coluna do Meio tinha acabado... (Lampião da Esquina, 1978, p. 7).

Nesta sentença podemos observar o processo tecnodiscursivo do trabalho LGBTQIAP+ é representado por um processo de emancipação e regulação: neste enunciado acima vemos que o emprego é a parte que pode transformar sua realidade "se não arranjar emprego, então fica na cadeia": mais um indício que o trabalho possui um sentido direto de liberdade a esse sujeito, sendo a única forma de não ser preso, mesmo em meio a um contexto totalmente normativo e regulador.

CONSIDERAÇÕES

Em que pese o contexto assinalado de 1978 que constituía uma ditadura no Brasil, hoje, vivendo um estado democrático, percebemos que o trato dos gêneros e das sexualidades quando pensados sob a ótica do trabalho ainda é um desafio muito similar ao que se enfrentava àquela época. São inúmeros os retrocessos, as violências e os desafios vivenciados diariamente.

Sendo assim, é importante também destacar que a teorização que propomos sobre os efeitos de regulação-emancipação tecnológicas aos corpos LGBTQIA+ em nada tem a ver com "os dualismos hierárquicos de identidades naturalizadas" (Haraway; Kunsru, 2008, p. 88), pelo contrário, explicitam justamente o que está fora desse espectro e, principalmente, o que não está na história formal binária e normalizante.

Essas considerações são apenas um começo do objetivo central desta tese, que pretende revisitar muitas outras memórias LGBTQIA+ e do trabalho no Brasil presentes em reportagens selecionadas em Lampião da Esquina.

REFERÊNCIAS

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

DEGRAFF, Débora; ANKER, Richard. **Gênero, mercado de trabalho e o trabalho das mulheres.** UFF, Rio de Janeiro, 2010. Disponível em: http://www.abep.org.br/publicacoes/index.php/series/article/view/62/60. Acesso em 12 de nov de 2024.

FEDERICI, Silvia. **O ponto zero da revolução:** trabalho doméstico, reprodução e luta feminista. Trad. de . . São Paulo: Elefante, 2019. 388 p.

FEDERICI, Silvia. **O patriarcado do salário.** Volume 1. 1ed. Tradução Heci Regina Candiani. São Paulo: Boitempo, 2021.

FEITOSA, Erike Luiz; FANINI, Angela Maria Rubel. **Embates entre ideologias cristalizadas e do cotidiano**: elementos para uma abordagem bakhtiniana do jornalismo brasileiro. REVISTA UNINTER DE COMUNICAÇÃO, v. 4, p. 16-31, 2016.

FEITOSA, Luís Alberto Torres. **Gestão da diversidade**: um estudo no setor hoteleiro de uma cidade do Nordeste brasileiro. Programa de pósgraduação em administração – mestrado profissional em administração. Natal, 2014

FOUCAULT, Michel. **Discipline and Punish**: the Birth of the Prison. Tradução de Alan Sheridan. Nova York: Vintage, 1977

FOUCAULT, Michel**. Microfísica do poder.** RJ-RJ, Graal, 2007, 24 ed.

FOUCAULT, MicheL. **História da sexualidade 1:** A vontade de saber, tradução de Maria Thereza da Costa Albuquerque e J. A. Guilhon Albuquerque. – 2 Ed. São Paulo. Paz e Terra, 2015.

HARAWAY, Donna. **Saberes localizados:** a questão da ciência para o feminismo e o privilégio da perspectiva parcial. Tradução de Mariza Corrêa. Cadernos Pagu, Campinas, n. 05, p. 7- 41, 1995.

IRIGARAY. H. A.; SARAIVA, L. A. S.; CARRIERI, A. P. **Humor e discriminação por orientação sexual no trabalho.** Revista de Administração Contemporânea, Curitiba, v. 14, n. 5, p. 890-906. set./out. 2010.

LAURETIS, Teresa De. **A tecnologia do gênero.** Tradução de Suzana Funck. In: HOLLANDA, Heloisa (Org.). Tendências e impasses: o feminismo como crítica da cultura. Rio de Janeiro: Rocco, 1994. p. 206-242.

LAMPIÃO DA ESQUINA. Rio de Janeiro, edição experimental, n. 0, abr. 1978.

LARA, Ricardo. SILVA, Antonio. **A ditadura civil-militar de 1964:** os impactos de longa duração nos direitos trabalhistas e sociais no Brasil. Serv. Soc. Soc., São Paulo, n. 122, p. 275-293, abr./jun. 2015.

LIMA, Betina Stefanello. **O labirinto de cristal**: as trajetórias das cientistas na Física das cientistas na Física. Estudos Feministas, Florianópolis, 21(3): 496, setembro-dezembro, 2013.

PRIORI, Angelo, et al. A Ditadura Militar e a violência contra os movimentos sociais, políticos e culturais. In: **História do Paraná:** séculos XIX e XX [online]. Maringá: Eduem, 2012. pp. 199-213. Disponível em: https://books.scielo.org/id/k4vrh/pdf/priori-9788576285878-15.pdf

O(s) autor(es) é(são) responsável(is) pela fidedignidade dos dados apresentados.

A INTRA-COMUNICAÇÃO CULTURAL EM ANGOLA: o uso dos provérbios para resolução de conflitos ou advertência na etnia kimbundu

Autor: Augusto Mendes[1]

RESUMO

Os provérbios são usados como formas de comunicação para resolução de conflitos, embora sendo um campo da comunicação com poucos estudaos, pois muitas vezes envolve a oralidade, despindo-se das técnicas modernas de interação (comunicação), em muitas comunidades angolanas nos focaremos principalmente nos povos Kimbundu, os provérbios são usados para mediar disputas e promover a reconciliação. Eles oferecem conselhos e orientações que ajudam as partes envolvidas a refletirem sobre suas ações e buscarem soluções pacíficas, essas formas de comunicação diferenciam as tribos bem como identificam as origens de cada indivíduo, permitindo o melhor entendimento nas convivências. O uso dos provérbios para Advertências, que enquadra-se na comunicação apelativa, é uma forma diferenciada que os povos usam para a comunicação oral, transmitindo lições de vida e normas sociais. Por este motivo são usados para educar os mais jovens, as crianças e para lembrar os membros da comunidade sobre comportamentos apropriados e inapropriados, que podem ajudar ou prejudicar cada meio ambiente. Por isso somos a defender a preservação cultural, Além de suas funções práticas, os provérbios são uma forma de preservar e transmitir a cultura e a história das etnias angolanas.

Palavras-Chaves: **Cultura e comunicação verbal, Oralidade Angolana, filosofia angolana, comunicação apelativa, IntraComunicação e Intercomunicação Cultural.**

INTRA-CULTURAL COMMUNICATION IN ANGOLA: The Use of Proverbs for Conflict Resolution or Warning in the Kimbundu Ethnicity

ABSTRACT

Proverbs are used as forms of communication for conflict resolution, although it is a field of communication that is little studied, as it often involves orality, stripping away modern interaction techniques (communication). In many Angolan communities, particularly among the Kimbundu people, proverbs are used to mediate disputes and promote reconciliation. They offer advice and guidance that help the parties involved reflect on their actions and seek peaceful solutions. These forms of communication differentiate tribes and identify the origins of each individual, potentially allowing for better understanding in coexistence. The use of proverbs for warnings, which falls under appealing communication, is a distinctive way that people use oral communication, transmitting life lessons and social norms. For this reason, they are used to educate the younger generation, children, and to remind community members about appropriate and inappropriate behaviors that can help or harm each environment. Therefore, we advocate for cultural preservation. Besides their practical functions, proverbs are a way to preserve and transmit the culture and history of Angolan ethnicities.

Keywords: **Culture, verbal communication, tradition, Angolan Orality, Angolan philosophy, appealing communication, Intra-Communication and Inter-Cultural Communication.**

[1] Estudante do PPGCOM-FIC-UFG. Mestrando: 2024-2026.

INTRODUÇÃO

No presente artigo dividiremos os provérbios por classes e tipologias de formas a mostrar a utilidade de cada palavra de reflexão, apresentamos de forma simples a intracomunicação e a intercomunição das etnias, recorrendo muitas vezes ao uso da comunicação apelativa e a comunicação imperativa, dividiremos os grupos de indivíduos que podem interpretar as chamadas filosofia Africana. O tema que nos propomos abordar dialoga diretamnete com a teoria da comunicação cultural, que é de todo caso mais do que a relação de emissor e receptor trazendo como ponto alto a produção de sentidos, como parte do desenvolvimento das aptidões, a comunicação intra e interpessoais nos relacionamentos humanos resultam na aprendizagem colectiva, de cordo com Lyra (2014), o aprendizado social dentro das comunidades dos povos africanos sempre passou pelo uso de provérbios, estes que quando usados podem ser bastantes uteis, para harmonizar um ambiente em entre inter ou intra comunicação cultural.

O presente texto justificativa-se, pelo fato de haver pouca literatura sobre uma tematica tão rica como a comunicação oral dos povos kimbundu, conjugado com a inteção de dar a conhecer minimamente algumas etnias africanas (angolanas), com maior realce ao povo Kimbundu, pensamos na possibilidade de estudar os recursos orais usados pelos povos para transmitir o conhecimento, adicionado ao fato de que os estudos da intra comunicação cultural são poucos explorados por isso desejamos mergulhar nesta caminhada. O tema faz um longo caminho em duas teorias que são; dos estudos dos sistemas e dos estudos das recepções, ambas albergam em suas definições aspectos sobre o contacto interno e externo de um grupo ou apenas um indivíduo, essas teorias de certa forma influenciam a comunicação cultural, portanto o uso de provérbios passa primeiramente por um sistema individual ou colectivo, em seguida o processo de recepção quando é transmitida sem a explicação devida, cada integrante teria a capacidade livre de compreensão, por este motivo mais uma vez se recorre a sistematização de formas que se induza a compreensão.

Sendo um trabalho didatico usamos o meétodo de revisão bibliografia e também a consulta oral ao Professor Alberto Mendes[2], que muito ajudou na elaboração deste artigo inicialmente forneceu os provérbios e posterior fez correcção da estrutura dos mesmos.

[2] Professor de História em Angola.

LOCALIZAÇÃO, ETNIAS E SEUS COSTUMES

Quando se pretende fazer o estudo de uma determinada região ou o povo é necessário que se busque um esclarecimento da sua localização geográfica.

> Os "AkwaKimbundu" é como se autodenominam os povos que atualmente habitam as regiões de Luanda, Bengo, Cuanza Norte, Cuanza Sul e Malanje. Em kimbundu, "Akwa" quer dizer os; os de; os pertencentes a; e que, junto à palavra kimbundu, quer dizer os falantes do "Kimbundu", os do "Kimbundu" ou ainda os pertencentes ao Kimbundu. (Nascimento,2017. p. 01)

Nesta subseção apresentaremos a definição de etnia e costumes segundo o que encontramos de diversos autores. Angola é um país da costa ocidental do continente africano, antiga-colónia de Portugal. Kitoko (2014) disse que: O país viveu um longo período de guerra civil, entre 1975 e 2002. O longo período de conflito armado resultou em danos, tanto para a população como para as infraestruturas do país.

> Hoje, Angola desponta para o mundo como um país em franco desenvolvimento, sendo o segundo maior produtor de petróleo do continente africano e uma das economias que mais cresce. Esta vertente é marcada com um novo período da reconstrução nacional, aonde observamos o boom da construção civil na reabilitação e construção de infra estruturas. (Kitoko, 2014, p. 3)[3]

Angola situada na África Austral, a sul do equador, a maior parte do território está compreendida entre os paralelos 4º 22'' latitude e os meridianos 11º 41'' e 24º 05'' longitudes este de Greenwich. Sua superfície terrestre é de 1.246.700 km², com uma costa marítima de 1.650 km2 . "A fronteira terrestre ocupa uma área de 4.837 km2 de comprimento" (Ine 2013, p. 17). Segundo o Instituo Nacional de Estatística (2013), no sentido Norte-Sul o território tem um comprimento aproximado de 1.277 km2 e no sentido Oeste-Este de 1.236 km2, enquato que suas Fronteiras Territoriais - São limitadas a Norte, pela República do Congo e pela República Democrática do Congo, ambas influenciamde certa forma a cultura, a Este pela República da Zâmbia e República Democrática do Congo pela extensão, a Sul pela República da Namíbia e a Oeste pelo Oceano Atlântico depois disso tem o que chamos o outro lado co aceano.

Divisão Político Administrativa - Angola tem 18 províncias, 161 municípios e 557 comunas. Porém realçar que está em análise uma nova política administrativa e terrtorial do

[3] Está disponível em: https://run.unl.pt/bitstream/10362/14542/4/TSIG0103_final.pdf.
Acesso em: 12 nov. 2024

País, fará com que aumentem os númenros de Províncias e Municípios, neste artigo falaremos sobre um povo em concreto que são chamados de “Kimbundu”, vamos analisar os provérbios como forma de comunicação cultural, mas devemos dizer que os falantes do “Kimbundu” estão identificados em diversas zonas do País.

O QUE É ETNIA?

“Etnia expressa uma realidade cultural na qual as pessoas que formam um determinado grupo étnico se baseiam na percepção comum e experiências espirituais compartilhadas e, com frequência, visam superar privações materiais.” (Flores, 2005, p. 02) Verificamos nesta afirmação que a etnia é o início da identidade de um indivíduo, que faz com o mesmo possa estar dentro de um determinado grupo, pois permite que por meio dela os grupos sociais sejam estratificados. Na realidade angolana onde as etnias são fortes e tradicionalistas (alguns grupos mais tradicionalistas que os outros), a etnia como uma forma de partilha de experiências espirituais, considermos ser a forma que as diversas entidades culturais identificam os membros de cada grupo. Por causa de alguns regimes culturais algumas etnias não são compatíveis na interacção social, por este motivo é necessário que haja essa identidade.

“[...] etnia se configura, nas sociedades históricas, como um elemento político de carácter tático e estratégico, nas soluções dos conflitos materiais das sociedades, especialmente nas modernas sociedades de classes.” (Flores, 2005, p. 02). Com esta afirmação interpretamos que os grandes problemas que os governos enfrentam na gestão das comunidades, podem ser resolvidos em colaboração com os grupos que controlam as etnias. Quando entramos na casa de alguém devemos aprender a ouvir como ele faz para manter a mesma limpa ou como faz para manutenção de um detalhe que gostamos, ainda assim há um lugar dentro de casa que nem todos têm acesso que é o “quarto”, os governantes são os visitantes que chegam em casa das culturais ou etnias e desejam ter noção como são aplicadas as políticas internas, neste caso em especifico os responsáveis das etnias são aqueles que têm o acesso ao quarto, o lugar privado, eles podem ajudar a resolver questões sociais que um governo deseja ver solucionada dentro daquela comunidade.

> Dizemos que há fronteiras, elas são atravessadas por indivíduos, removíveis por instituições de ambos os lados, mas elas persistem, mesmo que simbolicamente, nas pessoas que fizeram a travessia, pois, para além das

> fronteiras territoriais, os grupos étnicos se debatem pelas fronteiras sociais e pelos domínios políticos. (Barth, 1998, p. 185-197).

A queda de muitos grupos étnicos fez com que os valores morais e sociais fossem dados a mercê da sociedade, imaginemos que os grupos se mantivessem coesos hoje? em alguns pontos de África não estaríamos com o grande problema de convivência social, pois as etnias têm formas próprias de manter os seus integrantes com boa educação, quando as fronteiras das etnias são removidas muitas vezes caminham-se ao agravamento dos comportamentos desviantes dos membros de uma sociedade, embora que muitas vezes as fronteiras são rompidas para trazer novas perspectivas e desenvolvimentos diferentes nas sociedades.

Quando um limite é removido, embora persista mesmo que simbolicamente, as etnias são fragilizadas, a sua recomposição não é a mesma, outras desaparecem, por isso a remoção das fronteiras das etnias devem seguir de um acompanhamento cuidadoso, atualmente, já é possível fazer um estudo qualitativo que possa ajudar na evolução dos grupos. "O dicionário de língua portuguesa define: Etnia é o agrupamento de famílias numa área geográfica cuja unidade assenta numa estrutura familiar, económica e social comum e numa cultura comum." (in Dicionário Priberam da Língua Portuguesa, 2024). Queremos com isso dizer que ela captura a essência do que constitui uma etnia, colocando do ponto de vista a interconexão de muitos pontos entre os aspectos familiares que é a base da convivência social dos indivíduos, económicos capacidade financeira ou de gestão para criação de empregos, sociais e culturais que envolvem os pontos de desenvolvimentos, estes dois elementos andam em conformidade com a comunicação social e as mais diversas formas de comunicação. Essa abordagem holística ajuda a entender como as etnias se formam e se mantêm ao longo do tempo, apesar das mudanças e desafios externos diários e permanentes.

O QUE SÃO COSTUMES?

> Costumes são ações tidas como regras sociais a partir do repetitivo processo de suas práticas. Assim, por serem prolongadamente executadas, transformam-se em obrigações sob o ponto de vista de determinada sociedade. (Enciclopédia significados, 2017).

Com um olhar minuncioso é possivel enchergar os costumes como práticas sociais, que ao serem repetidas ao longo do tempo e por um grupo maior de indivíduos, ganham um

carácter de obrigatoriedade dentro de uma sociedade. Sempre ocorre porque a repetição constante dessas acções no meio da população cria uma expectativa colectiva de que elas sejam seguidas desta forma tornam-se essenciais para a consistência social, transformando-as em normas implícitas.

Em algumas culturas, cumprimentar com um aperto de mão é um costume, que pela sua repetição, se tornou uma regra social. As pessoas esperam esse comportamento e consideram sua ausência como uma quebra de etiqueta. A repetição desta ação quando feito por um grande número de integrantes torna-se uma regra social, além disso, os costumes variam de acordo com a cultura e a sociedade, cada dia influenciados pelo contacto com novas culturas e distintos hábitos. O que é considerado um costume em uma região pode não ser em outra, variando a percepção individual. Essa diversidade cultural mostra como os costumes são moldados pelas experiências e valores de cada grupo social.

“ Costume é o conjunto das formas de pensar e de se portar identificadas numa pessoa ou sociedade: costumes brasileiros; família de falsos costumes”. (Dicionário online, 2024). Os costumes são, de fato, um conjunto de formas de pensar e de se portar que são identificáveis em uma pessoa ou sociedade. Reflectem as práticas culturais, tradições e valores que são passados de geração em geração. No caso dos costumes angolanos, por exemplo, podemos citar a celebração do Carnaval, a prática do futebol, a música e a culinária típica como elementos que definem a identidade cultural. Os falsos costumes podem surgir de influências externas ou de tentativas de imitar outras culturas, sem uma verdadeira assimilação ou compreensão dos seus significados. Portanto, enquanto os costumes autênticos são fundamentais para a coesão social e a identidade cultural, os falsos costumes podem gerar conflitos e desentendimentos, pois não reflectem verdadeiramente os valores e as práticas da sociedade.

A INTRA E A INTER - COMUNICAÇÃO CULTURAL

Para o conhecimento da estrutura de uma cultura é necessária que se faça uma análise como a mesma se comunica entre si e com as outras culturais, o que faz com as etnias fiquem prolongadamente numa sociedade é esta capacidade de transmissão e retransmissão das informações, para o povo “Kimbundu” também a característica oral é bastante importante, fazendo com que fique marcada em cada geração, como uma etnia Angolana tem as suas próprias características de acordo a região.

Tal como vimos nas páginas sobre localização dos povos em estudos, eles estão espalhados em diversos territórios de Angola, por este motivo embora todos sejam falantes do "Kimbundu", mas devemos ressaltar que cada região foi adquirindo formas próprias de comunicar-se, para entender as mesmas devemos conhecer estes pilares das comunicações organizacional: intra-comunicação e inter- comunicação.

A INTRA- COMUNICAÇÃO.

A intra comunicação, conhecida como comunicação interior ou de dentro (equiparado ao monólogo), refere-se ao conjunto de estratégias e práticas utilizadas para promover a troca de informações dentro de uma organização social ou cultural, com o objectivo de garantir que os membros das organizações estejam informados sobre as situações, variando desde danças, idiomas e rituais.

A intra comunicação pode ser também pessoal, como vemos na definição de Lyra.

> A comunicação intrapessoal é a linguagem para um só, onde o indivíduo fala para si mesmo. É subjetiva, ocorrendo no íntimo do sujeito. Ela corresponde aos pensamentos, ideias, sentimentos que a pessoa constrói sobre tudo e todos ao redor. A própria capacidade de reflexão é um tipo de comunicação interior (Lyra, 2014, p. 11)

Com toda clareza sabemos que todo indivíduo tem um contacto consigo mesmo, devemos sublianhar que das vezes que a comunicação interna de um indivíduo é verbalizada ou demonstrada estamos diante do monólogo, que é o uso da palavra para si.

Todos temos um momento de intracomunicação, principalmente quando estamos numa biblioteca onde não podemos conversar com outras pessoas, são diversas as formas que cada um já teve esta experiência. Algumas bordagens ajudam-nos a compreender um pouco mas sobre isso, como podmos conferir na afirmação seguinte:

> A comunicação intrapessoal reflete e alimenta nossas crenças, cultura, valores, hábitos, virtudes, defeitos e infinitos condicionamentos responsáveis pela nossa dificuldade em mudar muitas coisas que gostaríamos de mudar em nossas vidas; se a comunicação intrapessoal não abre espaço para estas mudanças, elas não ocorrem. Hisldorf (2005).

Quando apresentamos dentro de nós valores e virtudes é porque aprendemos da sociedade em que estamos inseridos, aqui já direcionamos para os grupos culturais que usam a intracomunicação com mecanismo de resolver as situações internas, muitas vezes os

conflitos internos são os mais perigos dentro das organizações. O dicionário de língua português espelha a definição e a etimologia da palavra intra:

> Dentro de; no interior de; expressa a ideia do processo de colocar algo dentro de [...] Etimologia (origem da palavra intra). O prefixo intra deriva do latim "intra", que significa próximo ao centro, de maneira interior, interiormente'. (Dicionário online de português, 2024)

A intracomunicação dentro de uma etnia: é o contato que os membros pertencentes do mesmo grupo étnico têm com o objectivo de informar e ser informado sobre as diversas situações, regras, rituais, hábitos e costumes dentro do grupo. Os povos “Kimbundu” e outros que povoam angola têm este hábito desde os tempos antes da invasão colonial, a intracomunicação consideramos de igual modo como comunicação “intra grupal ” aquela que acontece dentro de um determinado grupo, sendo possível a manutenção dos regimentos que regulam a convivência do mesmo. Quando termina a comunicação intra (inteiror) é dado espaço ao tipo de comunicação inter (exterior).

A INTER – COMUNICAÇÃO

A inter comunicação é muito mais fácil de conhecer, sendo o ato de interação de dois ou mais integrantes num diálogo. Onde cada indivíduo pode ser um membro ativo, quando fala com alguma frequência (mas não se limita à fala), passivo quando os membros não expressão suas ideias, opiniões e contributos diretos num determinado tema. A inter comunicação pessoal permite que os indivíduos conheçam um do outros, apenas pela capacidade de cada um conseguir exteriorizar um pensamento, embora que demos ter cuidados pois nem todos os contatos nos oferecem bons sentimos e sentimentos comunicacionais.

> Comunicação recíproca, mútua, entre uma pessoa e outra; comunicação de um para outro: intercomunicação entre Poder Público e o cidadão. Ação ou efeito de intercomunicar-se, de comunicar reciprocamente. Etimologia (origem da palavra intercomunicação). Inter comunicação. (Dicionário online de português, 2024)

A intercomunicação tem ajudado a moldar cada cultura, permitindo que haja interação entre membros de culturas diferentes, consideremos como a parte exterior do nosso sentido interno. A intercomunicação, com base aos grupos sociais: é o contato ou a

comunicação entre elementos de culturas diferentes, que coabitando no mesmo espaço provisório ou não vão fazendo uma troca de signos culturais e de costumes, em que os participantes demostram as potencialidades. “A comunicação interpessoal [...], é um processo dinâmico e fluído sem princípio nem fim a comunicação interpessoal ocorre no tempo; é um processo.” (Fisher e Adams, 1978, p. 21). A comunicação interpessoal não tem um corte, mas possui uma génese umbilical que é o espaço físico, digital ou psicológico que representa a essência, também possui uma moeda de troca, que muitas vezes pode ser uma forma de dominação, o uso do idioma, mesmo que algumas vezes, a outra é a observação que é uma forma de comunicação além do idioma, conseguimos observar uma comunicação quando alguém anda, transpira no meio de uma apresentação ao público etc.

É de capital importância que as etnias possam cruzar (entede-se como partilha) as informações pertinentes e não só para que melhor conheçam os outros grupos, embora até agora algugns grupos são fechados, mas já se pode dizer que cada grupo étnico em Angola já está aberto para este diálogo, que muitas vezes é frutífero. Com isso queremos dizer que há intracomunicação cultural, quando os membros da mesma cultura juntos debatem, expressam assuntos que envolve a cultura em que estão inseridos.

Não devemos confundir com um simples encontro de pessoas, para ser considerdo intracomunicação cultural é necessário que o cerne do encontro ou sentada sejam algumas questões de uma determina cultura, pois os encontros adversos podem ocasionalmente acontecer em certas alturas, por exemplo para a etnia “Kimbundu” a intracomunicação acontece respeitando alguns pressupostos, desde quem pode fazer uso da fala, o lugar da reunião (existem locais específicos), quem tem autorização de encerrar a conversa ou convocar, tudo isso falaremos no ponto posterior, mas isso acontece com pouca frequência nos dias de atuais, devido ao movimento frenético que as pessoas estão adquirindo cada dia. Já a intercomunicação cultural também devemos notar que tem a sua particularidade, embora seja um encontro entre culturais diferentes, podemos observar que para ser considerado comunicação intercultural é necessário que o contacto traga algum elemento básico da cultura.

Por isso dissemos que nem todos contatos podemos considerar comunicação inter ou intracultural, sabemos que a cultura faz parte das nossas identidades (alguns povos), também temos noção que muitos têm falsa sensação que conhecem uma determinada cultura, quando não conhecem, por isso não são autorizados a fazer uma comunicação

cultural, actualmente os sentimentos de pertença da cultura começa a escassear, encontramos alguém que vive numa determinada zona de África que sente-se excluído daquele lugar, não fala o idioma local (por vaidade ou outras razões pessoais), não conhece os hábitos e costumes locais (voluntariamente não deseja ser parte daquel lugar), este indivíduo identifica-se com outras culturais (maioritariamnte do ocidente), pendo que as outras culturais são melhorese e evoluídadas, o seu contato com estas não podemos considerar intercomunicação cultural.

METÓDOS DE COMUNICAÇÃO DOS POVOS KIMBUNDU

O continente africano entre outros continentes sempre teve as suas particularidade de forma geral, mas também de forma muito especifica quando se trata das diversas etnias que compõem o mosáico cultural, tornando multicultural e colorido de ambientes diversos, centralizado nas crenças locais o que faz da sua identidade muito rica comparando aos outros. No que toca a comunicação dos povos africanos dentro de suas etnias existem aspectos próprios para o tratamentos de certas informações, vamos com isso apresentar os aspectos que regulam a comunicação dos povos "kimbundu". Começamos por dizer que quando uma comunicação envolve um grupo de indivíduos, além de ser uma comunicação interpessoal também pode se chamar comunicação grupal, que é o conjunto de indivíduos juntos para receber ou partilhar determinas informações, que vão além da palavra sendo considerada a produção de sentidos.

O que chamamos de garantia da continuidade da identidade é a oralidade, na atualidade a escrita tem sido mais usada, uma vez que a oralidade vem desfalecendo cada etapa, assim como afirma-se que "uma sociedade oral reconhece a fala não apenas como um meio de comunicação diária, mas também como um meio de preservação da sabedoria dos ancestrais, venerada no que poderíamos chamar elocuções-chave, isto é, a tradição oral" (Ki–Zerbo, 2010, p.140). A comunicação sempre foi uma forma de manter viva a identidade cultural de um povo, embora que a maior parte das etnias africanas até hoje concentram-se na oralidade (comunicação oral por meio da fala ou contos). Os povos que analisamos também têm forte característica da comunicação, tanto quando fazem de forma intra ou intercultural, é muito visível nas comunidades dos povos.

> *"*[...] a sociedade africana está fundamentalmente baseada no diálogo entre os indivíduos e na comunicação entre comunidades ou grupos

étnicos, os griots[4] são os agentes activos e naturais nessas conversações". (Ki–zerbo, 2010, p. 195).

Nas comunidades africanas tem a figura dos "Gritos", indivíduos que têm a responsabilidade de conservar e contar a história dos povos, para as gerações vindouras, todos interessados em conhecer uma determinada história ou estória de um determinado povo deve contatar, este que actualmente são chamados de historiadores, quendo forma considerados guardiões da matriz cultural de um determinado povo.

ESTRATIFICAÇÃO DAS INFORMAÇÕES.

A estratificação das informaçoes, carecem de diversos níveis de acessos para uma informação ser veiculada, as mais comuns são: vertical e horizontal.

Embora tenhamos a concepção da comunicação como o vertical fluxo de informação do topo para a base e vice-versa, mas na etnia "Kimbundu" quando há comunicação vertical, somente o "Ngana Soba"[5] faz uso da palavra e os seus adjuntos, que compõem o conjunto de sobados[6], têm o direito de fazer o uso da fala, sem serem interrompidos nem contrariados, pois essas figuras são tidas como sábios, por isso recorrem aos provérbios como formas de comunicação cultural, os provérbios mais conhecidos quando citados a resposta dos ouvintes forma um coro (resposta em uníssono), as últimas palavras dos provérbios são as que tornam eles interessantes diante de um número maior de audiência.

Quanto ao uso da comunicação horizontal, que é a comunicação de indivíduos com igual função ou estatutos sociais, intercomunicação cultural nem todos têm a possibilidade de falar directamente para as entidades, por exemplo na etnia "Kimbundu" existem os Regedores[7], são os indivíduos que trabalham com os sobas como os informantes, estes têm a missão de ouvir as situações candentes da população e posteriormente levar ao seu responsável, que por sua vez têm duas opções, 1- se estiver ao seu alcance deve resolver com a máxima urgência, posteriormente informar ao "Ngana", 2- caso não for da competências dele, imediatamente informar o "Ngana", este que terá como missão inicial

[4] Grupo de indivíduos que têm a missão de guardar e contar a história de um determinado povo.
(KI –ZERBO, 2010, p. 29,141,150 … 195)
[5] O Maior responsável e representante de uma localidade (máxima entidade cultural).
[6] Autoridades tradicionais de uma região.
[7] Subalternos dos sobas.

reunir o sobado, para juntos tomarem um decisão, essas reuniões acontecem em lugares próprios.

Há tipos de situações que o acesso é total (todos membros da comunidade), mais existem aquelas situações de bondade ou malvadez, em que o acesso a essas informações são seletivas, que podemos considerar como o comité de especialidade, todos são obrigados a usar o sigilo da informação, são sancionados todos que fazem vazar as informações.

Os lugares usados pelas entidades culturais do Kimbundu, como a ágora[8] para resolução embora existam outros os mais usados são: "Ondjango" e a "Mutanda".

"Ondjango": lugar para resolução de problemas comuns. É desta forma que a revista da Unicef- Angola (2017. p. 06) define como o lugar para onde a comunidade é convocada (às vezes por megafone), pela densidade da população nem sempre será num lugar fechado e muitas vezes é debaixo da sombra de uma árvore grande, se reúnem para conversar com o soba. Esta revista fez um estudo na zona leste do País propriamente na província do Moxico, para implementação de projectos sociais. Embora o termo "Ondjango" seja muito usado na zona leste e sul do País, também os povos Kimbundu fazem uso desta nomenclatura para referenciar o lugar de encontro de todos os membros de uma área social ou região, nem sempre são encontros de problemas, outras vezes podem ser para receber novos visitantes, até mesmo anúncio de regras ou ainda alguns dias de festividade colectiva. No "Ondjango" todos é obrigatório a participação de todos de acordo com os assuntos informacionais.

"Mutanda": é um lugar de especialidade, mediante a especificidade dos temas, os convidados (podem ser membro ou não do elenco do sobado), notificados para dar um parecer sobre um determinados assunto. Muitas vezes a "Mutanda" é um lugar seletivo só para os que têm poder decisório dentro de um grupo étnico. Neste lugar as informações emanadas devem ser de alta confiabilidade e de carácter ultra sigiloso, é neste lugar onde funciona em pleno a intracomunicação cultural, membros da mesmo cultura tomam as decisões, podem até de forma consensual ou pelo uso do poder do "Ngana" Soba alterar alguns regras de convivências, que posteriormente com a devida autorização do soberano é transmitida ao público.

Estes são os dois lugares usados para chegar as informações, hoje embora havendo muitas alterações na forma como os grupos étnicos comunicam-se ainda existe intra e inter culturalmente, algumas zonas e grupos ainda permanecem com essa estrutura e com os

[8] Lugar de reunião dos sábios das antigas cidades do conhecimento.

costumes de antigamente. As figuras dos contadores de histórias nas aldeias, começa a escassear não por falta de discentes, mas por causa do interesse que a população da atualidade prioriza, eram frequentes os encontros para os moradores ouvirem as histórias e os mitos produzidos localmente, coisa que raramente acontece na atualidade, desta forma os conhecimentos orais vao desaparecendo gradualmente.

OS PROVÉRBIOS SUAS CLASSIFICAÇÕES E UTILIZAÇÃO

Os provérbios fazem parte da essência de África, particularmente as etnias angolanas, sempre recorrem aos mesmos para dar vida aos pensamentos, algumas vezes até como uma forma de invocação cultural para certas regiões. Provérbios são palavras sábias em que a compreensão carece de um conhecimento local, de acordo com o modo e lugar de uso. O uso de palavras como demonstração de poder e sabedoria, faz com os membros de uma etnia podem identificar alguém pela massiva, assim como Ki –Zerbo, (2010) afirma que "os provérbios são as missivas legadas à posteridade pelos ancestrais. Existe uma infinidade deles", cada tribo tem uma infinita lista de provérbios, muitos já nem são conhecidos por causa falta de escrita, por sempre ser de uso oral, a preocupação de estudos académicos ou científicos são poucas, a bibliografia sofre muito com a falta destes estudos. Podemos ver a importância por meio da seguinte afirmação:

> Além do ensino esotérico ministrado nas grandes escolas de iniciação (…), a educação tradicional começa, em verdade, no seio de cada família, onde o pai, a mãe ou as pessoas mais idosas são ao mesmo tempo mestres e educadores e constituem a primeira célula dos tradicionalistas. São eles que ministram as primeiras lições da vida, não somente através da experiência, mas também por meio de histórias, fábulas, lendas, máximas, adágios, etc. (Ki –zerbo, 2010, p. 183).

O ensino começa em casa esta é uma grande verdade que atualmente vamos perdendo, os educadores (pais e parentes) têm transferido a responsabilidade total do ensino e educação para os professores, mas este é um assunto para outro estudo, o que desejamos demonstrar é que o uso da intracomunicação cultural possibilita que cada indivíduo conheça as palavras de identificação, observa que cada um tem uma origem (etnia), mas até essa identidade já não faz sentido, por que nem os provérbios são conhecidos pela juventude atual, se o ritmo for este dentro de alguns anos lá enfrente vamos perder muitos dos provérbios usados como mecanismo de comunicação cultural, além disso

por falta de estudos. A raridade e a importância desta intra comunicação maior dialogo internos, pomos verificar uma outra definição de Ki-zerbo.

> Para o africano, a palavra é pesada. Ela é fortemente ambígua, podendo fazer e desfazer, sendo capaz de acarretar malefícios. É por isso que sua articulação não se dá de modo aberto e direto. A palavra é envolvida por apologias, alusões, subentendidos e provérbios claro-escuros para as pessoas comuns, mas luminosos para aqueles que se encontram munidos das antenas da sabedoria. Na África, a palavra não é desperdiçada. (Ki –Zerbo, 2010, p.40)

Essa afirmação só prova o valor do conhecimento, os povos "Kimbundu", são ricos nestes modelos de comunicação, frisar que muitos acabam sendo amaldiçoados e outros abençoados com recurso aos provérbios, a sua capacidade de pronunciar e interpretar faz com que a cultura seja valorizada. "Indubitavelmente, a tradição oral é a fonte histórica mais íntima, mais suculenta e melhor nutrida pela seiva da autenticidade." Ki –Zerbo, (2010, p. 39). Vemos que a identidade cultural do povo vai morrendo cada vez, infelizmente o uso da intercomunicação principalmente as culturais que ferem os princípios locais, faz com que a sabedoria oral dos povos Kimbundu vai desaparecendo cada dia.

CLASSIFICAÇÃO DOS PROVÉRBIOS

Por ser um dos primeiros estudos da comunicação neste sentido, sobre a intracomunicação cultural por meio dos provérbios usados dos povos "Kimbundu", para melhor enquadramento e explicação contamos a ajuda do Professor de história "Alberto Augusto Mendes"[9] Como referência oral, sendo alguém que tem uma linhagem familiar de sobados e que atualmente é o responsável de uma etnia. Fruto do conhecimento que adquiriu de seus antecessores, a intenção de classificar foi para melhor compreensão do uso de cada provérbio aqui descrito. Vamos classificar os provérbios em três grupos: FAMILIAR, SOCIAL e APELATIVO OU ADVERTENCIAL.

Quadro 1 – Exemplos da classificação dos provérbios

CATEGORIA	PROVÉRBIO	EXPLICAÇÃO
FAMILIAR	O senhor cágado[10] mesmo andando devagar chega à meta. (ngana mbaxi uene	Aplica-se quando os familiares têm pressa em resolver certa situação, luta entre os casais sobre a guarda do filho, tudo carece de calma e análise

[9] Professor de História de Angola no ensino Fundamental (Primeiro ciclo de Angola).
[10] Usado simbologia do sábio na etnia Kimbundu.

CATEGORIA	PROVÉRBIO	EXPLICAÇÃO
	mukuenda malembe maji ubixila kumbambe).	cautelosa e com paciência, o cágado é usado como símbolo de sabedoria não apenas pela forma paciente de andar, também pela forma de dificilmente ser pego pelos caminhos que passa.
	Devemos ser como os filhos da "paca" [11] para comer na mesma planta. (tukituka tuana a mbuiji tudila xinde dimoxi).	Quando o problema envolve pessoas da mesma família, é importante chamar atenção aos membros, que uma família unida é forte, difícil deveremos ser vencidos, quando estamos unidos ninguém consegue nos derrubar.
	O filho que você cria é inimigo (Mona wua kussa guma).	Tem vezes que tudo fazemos para ajudar alguém que pode ou não ser nossa família, mas como resposta temos a ingratidão das pessoas que cuidamos com algum afinco. O que significa este tem o seu Pai mesmo que procuramos fazer o melhor a dado momento este dá-nos uma facada (literalmente falando), podemos sentir uma decepção por alguém que cuidamos ou ajudamos.
	A Mulher ou Marido é o inimigo fingido (Muhatu ou diala guma).	Este aplica-se para situações em que um casal, que vivendo juntos parecem perfeitos, assim que terminar a relação pode se tornar inimigo, uns chegam ao extremo com ações e comportamentos que ferem ao próximo, chegando mesmo a tirar a vida do outro. Por isso afirma-se que ambos são inimigos fingidos, se bem que devemos considerar que alguns podem ter um posicionamento diferente que seja de Paz, mas na maior parte dos casos uma separação é turbulenta.
	Um filho é nascido em quatro pernas, duas pernas não podem nascer um filho. (Mona amuvuala ku inama iguana, iyadi kiitena Ju vuala Mona).	Se houver uma situação que envolve um filho, é necessário que a família parte e materna deve estar junta para resolver. Quando há ausência de uma parte da família não se pode resolver um problema, as quatro pernas em referência são os familiares do Pai (Representante do Pai do Pai e da Mãe do Pai) também do lado da Mãe (Representante do Pai da Mãe e da Mãe da Mãe), culturalmente este são as partes que fazem com que a família possa caminhar.
	Não se pode medir o rio com as pernas e sim com um Pão. (ngi jia	Aplica-se para situações em que há um desconhecimento de uma situação real

[11] Mamífero roedor Agouti Paca,

CATEGORIA	PROVÉRBIO	EXPLICAÇÃO
SOCIAL	zongo, kutemo inama, utamo muxi).	(principalmente problemas entre vizinhos adultos), apela-se a não ignorância ou minimização da situação. Muitas vezes pensamos que uma situação é simples procuramos ignorar o sucedido, este provérbio diz que ao dirigirmos uma ação para resolução, devemos antes saber as motivações, ouvindo ambas as partes envolvidas no mesmo, sem julgamentos prévios.
	O cão obediente acaba o que o dono colocar no prato. (kambua kabelexela kene Mu zuba ó funji vu ngalo).	Aplica-se para os obedientes, quando têm uma situação podem ser absolvidos pelos seus atos, no julgamento popular. Também podemos dizer uma pessoa que sempre é obediente pode ter sempre o que comer quando faltar para outros, a servidão social ajuda o desenvolviemento do indivíduo.
	A fome é igual ao cão, (Nzala mbua ya hatu)	Cada um tem uma necessidade, não importa o dinheiro que possuímos, em algum momento sentiremos falta de alguma coisa que não possuímos, para tal devemos procurar, a necessidade te ataca em qualquer momento, as vezes quando menos esperamos ou quando temos pouca possibilidade para conseguir resolver de imediato.
	O sono não reconhece quem tem infelicidade (trabalho para todos), (Kilo Nkege mukua lamba).	Por mais que passemos por alguma situação difícil, haverá sempre um momento de distracção ou de descanso, em que esquecemos por um instante sobre aquilo que estamos enfrentando, mesmo que o momento seja de dor (perda de um ente querido) por algum instante precisamos descansar.
	Ainda que o dia durar mas o sonho não mente (Kizua kinanga nzoji kiyene Mu tanga Makutu).	Refere-se principlamnte quando alguém encobre os infractores, um certo dia a verdade de um fato aparecem, tudo tem seu tempo de descoberta embora dure, é igual dizer que a verdade sempre aparece, passando muito ou pouco tempo. Pode ser usado também para os desejos de uma pessoa se tornar realidade, que os sonhos por mais que demorem para se tornar realidade, mas um dia vivemos o que sonhamos.
	Se vires o cágado por cima da árvore é porque alguém o colocou lá. (se wua mono o nbaxi ku	Pela pouca estabilidade para lidar com troncos o cágado não consegue subir no topo da árvore, algumas pessoas conseguem atingir certos lugares mesmo sem capacidade para tal por nepotismo ou favoritismo, alguns ficam sem saber como

CATEGORIA	PROVÉRBIO	EXPLICAÇÃO
	muxi, muthú wua mutudi ka).	pode alguém sem preparação, foi indicado para um determinado cargo como responsável de um alto posto institucional ou de uma organização, falta da meritocracia, por isso aplica-se ao animal que não é a sua habilidade subir em árvores, mas está lá no topo.
APELATIVO OU ADVERTENCIAL	Quando o veado[12] está a alegre os caçadores vão caçar. (kikemba ó ngulungu manhanga kiazemba).	A exibição de uma pessoa atrai os olhares malignos ou invejosos, quando estamos rodeados de pessoas invejosas é necessário ter cautela nas nossas palavras, ações e movimentações, isso pode se constituir um motivo para sermos atacados pelos maldosos. O veado é um símbolo de jovialidade e também de vaidade. Um jovem no meio dos mais velhos deve se manter humilde, considera-se que a muita emoção estraga o momento, pois deixa o indivíduo sem a devida atenção.
	Só os sábios sabem quando é que a galinha caiu. (Kigia gia kiagia hete, kidibala ó sange, njimu ukigia)	Para assuntos de sabedorias ou conhecimento profundo, é necessário muita atenção para ver com detalhe as falhas que alguns sábios cometem, no uso da oralidade ou em outros contextos, pois os sábios são cautelosos, mais isso não impossibilita que alguns erros os mesmos possam cometer. Pela estatura baixa da galinha e pela sua atenção ao caminhar ninguém consegue notar o seu tropeço dito de outra forma, prestar bastante atenção conseguimos ver os erros, é igual ao microscópio onde pela atenção conseguimos ampliar os detlhes minimos.
	Mexer a “cabaça”[13] para saber o que tem dentro (Kussakessa o mbinda phala o kuigia o kima kiala moxi).	Usado como um prelúdio, para começar a resolver uma situação (antes das perguntas ou fala dos intervenientes), uma forma de chamar atenção sobre o assunto, fazer com que todas pessoas envolvidas possam prestar maior atenção ao que será dito e que não façam juízos paralelos.
	As folhas nas matas caiem quando estão secas, não devemos pisar em todas por	Em certos casos nem todo problema deve ser dito ou seguido ponto a ponto, sob pena de envolver outros e rebuscar situações passadas, incluindo pessoas que provavelmente devem ser protegidos

[12] Representa o vigilante e os exibicionistas
[13] Garrafa de conservação de líquidos diversos.

CATEGORIA	PROVÉRBIO	EXPLICAÇÃO
	causa do barulho. (Massala a muxitu, wá ia diota akamukua ia matuka).	ou que têm uma reputação alta. Alguns pontos não podem ser ditos, principalmente aqueles que ferem outros integrantes que naquele instante não estão no local da resolução. Também é usado para indicar que o lugar para debater um determinado assunto não é aquele, que este assunto tem um fórum próprio para tal debate ou conversa.
	Até aqui é tudo que tinha informar (Tuadikundu mahezu ngana).	Um narrador depois de falar tem sempre a sua forma de terminar, isso também é um símbolo usado pelos narradores como assinatura verbal, quando chegamos ao fim de uma informação ou explicação de um problema ou acontecimento. Também ficamos por aqui nos argumento destas formas verbais de comunicação, que são as riquezas culturais do povo “Kimbundu”, como forma de intra e intercomunicação cultural, o resgates destas oralidades para os estudos pode ser uma forma de contribuirmos para a permanência da vida útil das culturais diversas que compõem o mosáico cultural de Angola.

Fonte: Elaborado pelo autor.

Conforme demonstramos no Quadro 1, é possível abrir espaço para poder estudar de formas mais abrangentes em outras ocasiões sobre as outras classificações, como também deixamos a possibilidade para que outros investigadores possam interessar-se no tema e dar continuidade com outros pontos de vista, pode ser da comunicação ou das outras áreas afins.

CONSIDERAÇÕES

Sendo um tema que pela primeira vez foi abordada em artigo, queremos reconhecer que tivemos algumas limitações de acesso as fontes e as referências, que se adequassem ao tema, ainda assim demos o nosso melhor para conseguir terminar, desta forma abrimos os caminhos para o possível melhoramento do tema. Com isso queremos reconhecer a importância da cultura tal como afirma Gomes (2016.) reconhecendo que a cultura é construída ou reconstruída, podendo ser revelada nas redes de contacto e pode ser considerada condição produtiva das decisões estratégicas, a cultura sempre foi vista com um

elemento da estratégia social, além de ser um dos elementos centrais da leitura comunicacional da estratégia e da evolução social.

A intercomunicação e a intracomunicação cultural são campos que com muita frequência têm convergido na cultura, pelo simples motivos que todos os dias vemos indivíduos de culturas diferentes interagirem (intercomunicação), também a ação que leva a interacção entre indivíduos da mesma cultura (intracomunicação). Mais ainda assim os estudos nesta área são pouco, a comunicação cultural quando aprofundado pode servir para entendermos a evolução dos sistemas de comunicação de uma determinada sociedade. Claramente que nossa intenção é continuar a estudar, para melhorar algumas insuficiências que encontramos aquando das pesquisas apresentadas neste artigo.

REFERÊNCIAS

ANGOLA, UNICEF. **Formas tradicionais de comunicação facilitam a promoção dos serviços sociais em Angola**. 30 out. 2017. Disponível em: https://medium.com/@unicefangola/formas-de-comunicação-tradicionais-facilitam-a-promoção-dos-serviços-sociais-em-angola-5976fc150e62. Acesso em: 06 out. 2024.

BARBUJANI, Guido. **A invenção das raças**. São Paulo: Contexto, 2007.

CONCEIÇÃO NETO, Maria. **Breve introdução histórica**. In: MEDINA, M. C. Processos políticos da luta pela independência. Luanda: Faculdade de Direito da Universidade Agostinho Neto, 2003.

Dicionário online de Língua Portuguesa. Disponível em: https://www.dicio.com.br/costumes/. Acesso em: 25 set. 2024.

Dicionário Priberam da Língua Portuguesa. Disponível em: https://dicionario.priberam.org/etnia. Acesso em: 25 set. 2024.

Enciclopédia significados. “Costumes”. Disponível em: https://www.significados.com.br/costumes/.Acesso em: 25 set. 2024.

ESTATÍSTICA, Instituto Nacional. **Anuário de Estatísticas sociais**: dados de 2011. Edição 2013.

FISHER, B. Aubrey; ADAMS, Katherine. **Comunicação Interpessoal**: Pragmática das Relações Humanas. 1978.

FLORES, Elio Chaves. **Nós e Eles: Etnia, Etnicidade, Etnocentrismo**. [s.l.: s.n.], 19?.
GOMES, Romeu. **Análise e interpretação de dados de pesquisa qualitativa**. In: MINAYO, Maria Cecília de Souza (Org.). Pesquisa social: teoria, método e criatividade. 34ª Ed. São Petrópolis: Vozes, 2015. P. 79-108.

GOMES, Victor Márcio Laus Reis. **Uma leitura comunicacional da estratégia nas organizações**. Galaxia (São Paulo, online) Disponível em: http://dx.doi.org/10.1590/1982-25542016225456. n. 33, p. 226-238, set.-dez. 2016.

HILSDORF, Carlos. **O Poder Mágico Do Relacionamento**. 2005. Disponível em: www.rhportal.com.br/recursos-humanos/O-Poder-Magico-Do-Relacionamento. Acesso em: 26. set. 2024

KITOKO, Dilson Zititi. **A Informação Geográfica em Angola**: Subsídios para Elaboração de uma Estratégia e Plano de Ação de apoio à implementação do Plano Nacional de Informação Geográfica. 2014. Dissertação (Mestrado) – [s.l.: s.n.], 2014.

KI-ZERBO, Joseph. **História geral da África, I**: Metodologia e pré-história da África. 2. Ed. Ver. Brasília: UNESCO, 2010.

LYRA, Márcia Cristina de Miranda. **Comunicação Intra e Interpessoal**. 2014. Disponível em: Disponível em: https://sisacad.educacao.pe.gov.br/bibliotecavirtual/bibliotecavirtual/texto/CadernoBIBComunica_C_eoIntraeInterpessoal2014.2.pdf. Acesso em: 26 set. 2024.

MENDES, Alberto A. Professor de História desde 1985. Referência oral, consultado nos dias 18-20 de set. 2024.

NASCIMENTO, Washington Santos. **Universo Mítico-Religioso Kimbundu e Trânsitos Culturais em Uanhenga Xitu**. Revista Brasileira de Ciências Sociais, v. 32, n. 95, 2017. DOI: 10.17666/329514/2017.

RIBAS, Oscar. **Ilundo**: divindades e ritos angolanos. Luanda: Museu de Angola, 1958.

SAMPIERI, Roberto Hernández; COLLADO, Carlos Fernández; LÚCIO, Maria del Pilar. **Metodologia de pesquisa**. Trad.: Daisy Vaz Moraes. 5º Ed. Porto Alegre: Penso, 2013.

SANTOS, Eduardo dos. **Religiões de Angola.** Lisboa: Junta de Investigação do Ultramar, 1969.

SANTOS, Marcelo Bidoia dos. **Do Estado Virtual ao Estado Penal**: transformações no Estado de Bem-Estar Social na Era da Informação. 2017. 239 f. Dissertação (Mestrado em Direito) – Faculdade de Direito de Ribeirão Preto, USP – Ribeirão Preto, 2017.

TURNER, Victor. **Floresta de símbolos:** aspectos do ritual Ndembu. Niterói: EdUFF, 2005.
Wikipedia. “Comunicação intrapessoal”. Disponível em: https://pt.wikipedia.org/wiki/Comunicação_intrapessoal. Acesso em: 26 set. 2024.

XITU, Uanhenga. **Manana.** Lisboa: Edições 70, 1978.

O autor é responsável pela fidedignidade dos dados apresentados.

30 Anos da CBN Goiânia - A Primeira Rádio All News do Estado

Maria Tereza Lemes Moreira Carneiro[1]

Valmir Teixeira de Araújo[2]

RESUMO

Este artigo explora o marco dos 30 anos da CBN Goiânia, comemorado em 2024, destacando seu papel como a primeira rádio no formato *all news* de Goiás. O objetivo é avaliar a trajetória e o impacto da emissora no cenário local. A metodologia inclui uma análise histórica e entrevistas com profissionais. Os resultados revelam que a CBN Goiânia se consolidou como referência em jornalismo de rádio e acompanha as tendências da convergência.

Palavras-chave: CBN; Goiânia; radiojornalismo; rádio all news

30 YEARS OF CBN GOIANIA - THE STATE'S FIRST ALL NEWS RADIO

ABSTRACT

This article explores the milestone of CBN Goiânia's 30th anniversary, celebrated in 2024, highlighting its role as the first radio in the all news format in Goiás. The objective is to evaluate the trajectory and impact of the station on the local scene. The methodology includes historical analysis and interviews with professionals. The results reveal that CBN Goiânia has established itself as a reference in radio journalism and follows convergence trends.

Keywords: CBN; Goiânia; radio journalism; radio *all news*

INTRODUÇÃO

Este artigo tem como objetivo examinar a trajetória histórica da Rádio CBN Goiânia, que no dia 19 de outubro de 2024 completa três décadas de atuação no Estado de Goiás. A análise busca explorar os principais marcos da evolução dessa emissora na região goiana, com atenção à sua importância histórica e ao impacto social de seus 30 anos de existência. A CBN Goiânia destaca-se como a primeira emissora goiana a adotar o formato "all news", um modelo de rádio

[1] Mestre em Comunicação e Sociedade pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Sociedade (PPGCOM) pela Universidade Federal do Tocantins (UFT), especialista em Comunicação Pública pela AVM Faculdades Integradas e graduada em jornalismo pela Pontifícia Universidade Católica de Campinas. E-mail: mariatlmoreira@gmail.com

[2] Doutor pela Universidade Metodista de São Paulo (Umesp), mestre e graduado em Jornalismo pela Universidade Federal do Tocantins (UFT). E-mail: valmir.ptu@gmail.com

exclusivamente jornalístico com programação voltada à transmissão ininterrupta de notícias, funcionando 24 horas por dia (Souza, 2002). A escolha da CBN Goiânia como objeto empírico desta pesquisa se justifica pela sua relevância no contexto midiático brasileiro e regional, sendo pioneira no uso do conceito all news no Estado e consolidando-se como uma referência no radiojornalismo local.

O estudo abrange uma análise de como a chegada da Rádio CBN Goiânia transformou o mercado radiofônico em Goiás, impulsionando o consumo de notícias em tempo real e promovendo um novo hábito de escuta na sociedade goiana. A pesquisa propõe, inicialmente, um panorama histórico da Rádio CBN em âmbito nacional, seguido pelo resgate histórico da CBN Goiânia, desde sua fundação até o contexto atual marcado pela convergência midiática. Serão apresentados os conceitos de radiojornalismo e do modelo all news, além de uma discussão sobre o cenário contemporâneo do radiojornalismo na cidade de Goiânia.

O objetivo central da investigação é avaliar a influência da CBN Goiânia na evolução do jornalismo radiofônico em Goiás, identificando seu papel como agente pioneiro na difusão de conteúdo informativo em tempo real e sua contribuição para o desenvolvimento de uma cultura de informação contínua. Segundo Alves (2015), o formato all news representa uma "evolução no jornalismo radiofônico", enfatizando a notícia como o centro da programação — um princípio que a CBN Goiânia incorporou ao longo de sua trajetória.

A metodologia desta pesquisa inclui uma revisão de literatura, coleta de dados por meio de pesquisa histórico-documental em sites, monografias, livros e jornais, entrevistas semiestruturadas e análise de conteúdos contemporâneos. As entrevistas buscam registrar memórias e percepções sobre as transformações que a emissora enfrentou e seu impacto na radiodifusão em Goiânia e no Estado de Goiás.

Este estudo pretende ainda contextualizar as adaptações da rádio frente ao avanço das tecnologias digitais, que revolucionaram o acesso à informação e ampliaram o alcance e a interação das rádios jornalísticas com seus ouvintes. Em um contexto de rápidas mudanças tecnológicas, a CBN Goiânia exemplifica as transformações necessárias para se manter relevante,

expandindo suas plataformas e explorando as possibilidades oferecidas pelas mídias digitais para continuar "tocando notícia" de forma inovadora e adaptada às novas demandas do público.

DESENVOLVIMENTO

A atual fase do rádio, em meio a todas as transformações ocasionadas pela internet, exige uma análise cuidadosa sobre o meio e sua função. A experiência auditiva, agora, se manifesta de novas maneiras, explora outros espaços, alcança novos públicos e se conecta a redes complexas de interações e de consumo. Esse contexto, ainda pouco explorado em Goiás, desafia tanto o mercado quanto a academia a entender estes novos conceitos estabelecidos e a reconhecer a importância de documentar a trajetória desse meio de comunicação que já ultrapassou um século de existência.

É inegável a contribuição do rádio na história da comunicação brasileira. Quando este meio de comunicação surge, na década de 20 do século XX, o rádio ainda atinge uma pequena parcela da população. No entanto, a partir da década de 30, ele passa por modificações técnicas e estéticas responsáveis por sua elevação à condição de veículo de comunicação mais popular no Brasil, em especial a partir da década de 40. Recuperar a história e a memória do rádio brasileiro significa registrar a trajetória ao longo do tempo de um meio caracterizado pela extrema acessibilidade, a possibilidade de comunicação em paralelo a outra atividade, a interatividade e mesmo a perspectiva inclusiva de uma mensagem que não se restringe ao público alfabetizado.

Além disso, a integração do rádio com as mídias sociais e outras tecnologias digitais têm proporcionado uma maior interatividade e participação do público, ampliando as possibilidades de engajamento e fidelização dos ouvintes. Essa sinergia entre o tradicional e o digital fortalece a posição do rádio como um meio dinâmico e adaptável, capaz de se reinventar e permanecer relevante no cenário midiático atual. Portanto, compreender e documentar a trajetória do rádio, especialmente em contextos locais como o de Goiás, é crucial para valorizar a história e a evolução desse meio de comunicação que, apesar de todas as transformações, mantém sua essência e importância na sociedade.

> É possível distinguir no curso dos registros impressos sobre o rádio brasileiro algumas fases marcadamente distintas: a dos manuais de programas (em especial os jornalísticos) nos 1940 e 1950; a dos livros-depoimentos nas décadas de 1960, 1970 e 1980 e a das pesquisas acadêmicas a partir da década de 1990. (Moreira, 2005, p. 125).

Em Goiás, o rádio, assim como outros meios de comunicação das décadas de 30 e 40, contribuíram para difundir os interesses do Estado.

> O governo procurou ampliar a base de apoio através da propaganda política, arma muito importante num regime que se volta para as massas. É preciso só lembrar que o regime nazista transformou-a num dos pilares do poder. O ministro Joseph Goebbels criou uma máquina de propaganda que serviu de modelo a vários governos (Capelato, 2003, p. 122-123).

Este contexto ajuda a compreender como se dava essa relação das emissoras de rádio em Goiás com o Estado. Na época, a Rádio Nacional do Rio de Janeiro era ouvida em Goiás pelos rádios receptores aqui existentes. Isso possibilitou que grande parte da população possuísse um desses aparelhos em seus lares, através dos quais ouviam o conjunto de informações por ele transmitido.

A primeira emissora de rádio criada com o consentimento do Estado em Goiás foi a Rádio Clube de Goiânia, em 05 de julho de 1942. Na época, o então representante do DIP (Departamento de Imprensa e Propaganda) em Goiás, junto com o prefeito de Goiânia, Venerando de Freitas Borges, em parceria com o "Diário dos Associados" de Assis Chateaubriand, instalaram a primeira emissora goiana.

> O Estado de Goiás ingressaria na era da comunicação de massa em 1942, com a chegada da primeira emissora de rádio da nova Capital. Fundada por um grupo liderado por Francisco Braga Sobrinho e o ex-deputado Castro Costa, a Rádio Clube chegava como a maior atração da década. Não é difícil imaginar o significado da presença do rádio num momento em que os jornais tinham pouca circulação e, por isso mesmo, só eram acessíveis a um número muito restrito de pessoas (Goianidade, 1992, p. 115).

Em 1946, foi fundada a segunda emissora de rádio em Goiás com o consentimento do Estado, a Rádio Carajá de Anápolis, e em 1950 foi fundada a Rádio Brasil Central em Goiânia. A partir dos anos 50, houve inúmeras liberações de concessões de rádio para o Estado de Goiás, o que proporcionou o aumento de emissoras no Estado. Por meio dessas concessões, a sociedade goiana, de norte a sul, passou a conviver constantemente com a presença das emissoras de rádio em seu cotidiano.

É relevante observar que o rádio, mesmo diante das inovações tecnológicas e das mudanças nos hábitos de consumo midiático, continua a desempenhar um papel fundamental na sociedade contemporânea. A digitalização trouxe consigo não apenas novos desafios, mas também oportunidades para o rádio se reinventar e explorar formatos como podcasts, rádios online e outras formas de transmissão digital. Essa capacidade de adaptação e resiliência do rádio evidencia

sua relevância contínua e sua habilidade de se conectar com públicos diversos, aproveitando-se das novas plataformas para expandir seu alcance e impacto.

Além disso, a integração do rádio com as mídias sociais e outras tecnologias digitais tem proporcionado uma maior interatividade e participação do público, ampliando as possibilidades de engajamento e fidelização dos ouvintes. Essa sinergia entre o tradicional e o digital fortalece a posição do rádio como um meio dinâmico e adaptável, capaz de se reinventar e permanecer relevante no cenário midiático atual. Portanto, compreender e documentar a trajetória do rádio, especialmente em contextos locais como o de Goiás, é crucial para valorizar a história e a evolução desse meio de comunicação que, apesar de todas as transformações, mantém sua essência e importância na sociedade.

CONCEITO DE RÁDIO ALL NEWS

O jornalismo sempre esteve presente na programação do rádio. Ao longo do século XX, o radiojornalismo evoluiu, passando da simples leitura dos jornais impressos do dia até a implantação de emissoras dedicadas exclusivamente ao jornalismo. A Segunda Guerra Mundial confirmou que o rádio é um poderoso instrumento irradiador de notícias de maneira ágil e eficaz. As informações sobre o conflito na Europa eram transmitidas com muito mais rapidez nas rádios, o que não acontecia com os jornais impressos, que "não dispunham da agilidade e alcance que começaram a ser requeridos pela nova realidade" (Ortriwano, 2002, p. 72).

Com o tempo, o rádio e a internet passaram a estar ligados à ideia de tempo social do ouvinte. O modelo de informações constantes, capazes de transmitir ao ouvinte notícias atualizadas em qualquer hora do dia, é sinal da crescente busca pela informação, especialmente em uma sociedade dinâmica na qual é cada vez mais exíguo o tempo de que o cidadão dispõe para se manter atualizado. O crescente valor da informação na sociedade norte-americana e a competência do rádio para produzi-la e transmiti-la indicaria o caminho para muitas emissoras, principalmente na segunda metade dos anos 1960, quando grandes redes adotaram o formato All-News.

Um dos inovadores do jornalismo vinte e quatro horas por dia foi o americano Gordon McLendon (Stephens, 1993, p. 642). Diretor de uma emissora no México, com programação voltada para Los Angeles, a rádio fez uma experiência nova e transformou a então programação musical em jornalística e o resultado foi que passou para a história, sendo provavelmente a

primeira bem-sucedida deste gênero no mundo. A rádio começou a operar em 1961 e dizia: "Não fique esperando pelos noticiários de hora em hora ou manchetes escassas na X-TRA News, a primeira e única estação all-news do mundo" (apud Ellis, 2004, p. 38).

Atualmente, os Estados Unidos contam com dezenas de emissoras que adotam a programação all-news, algumas voltadas mais para entrevistas, outras mesclando informação com opinião. Seguindo esse perfil, a direção do Sistema Globo de Rádio resolveu implantar no Brasil programação jornalística vinte e quatro horas por dia. Eduardo Meditsch (2002, p. 58) observou que o all-news "custou a ser aceito no Brasil e só funcionou quando virou outra coisa", fugindo à rigidez do formato norte-americano.

> Em função da natureza repetitiva do formato, permanecem sintonizados nas emissoras somente por pouco tempo, mas, quando na escuta, tendem a prestar mais atenção à transmissão do que aqueles das rádios musicais e, por isso, as estações *all-news* tendem a transmitir mais anúncios do que as musicais. (Ellis, 2004, p. 39)

No Brasil, o modelo *All-News* foi implantado inicialmente pela rádio Jornal do Brasil AM, no início da década de 1980. De acordo Moreira (1987, p.113)

> A introdução do *All-News* parece ter sido ideia defendida pelo então superintendente da emissora, Carlos Lemos, que depois de uma viagem aos Estados Unidos voltou entusiasmado com a possibilidade de implantação deste sistema, o que seria mais um pioneirismo da emissora na área do jornalismo nacional. (Moreira, 1987, p. 113)

No início do século 21, completadas quatro décadas de atuação, o rádio all-news constitui-se em um formato consolidado. No Brasil, empreendimentos que se autodenominam como all-news ou talk and news, relacionados com as rádios Jornal do Brasil AM e Gaúcha, foram os primeiros registros. Moreira (1987) afirma que a "Rádio JB AM procurou introduzir, junto ao ouvinte, um novo hábito: ouvir notícias sucessivas a maior parte do dia". No entanto, o novo modelo não deu certo. Assim, de 1983 para 1984, o Jornal do Brasil tenta fazer o que Moreira (1987, p. 116) qualifica como "all-news amenizado", concentrando notícias nas manhãs e tardes, mas com uma programação que oferece também cobertura esportiva e música:

> Tentou-se popularizar a rádio por meio do futebol, contratando nomes como João Saldanha e Waldir Amaral, além de reorgarnizar o espaço físico dos estúdios, dando prioridade ao esporte. Só faltou sintonia: enquanto a programação musical insistia em tocar Frank Sinatra, a equipe de futebol falava para o “povão”. (Moreira, 1987, p.116)

O pesquisador Luiz Artur Ferraretto também traz o conceito de novos formatos que os assemelham com o de informações por 24 horas. Segundo Ferraretto (2001, p. 61), o formato informativo pode ser dividido em "all news, exclusivamente voltado à difusão de notícias; all talk,

em que preponderam a opinião, a entrevista e a conversa; e talk and news, no qual há uma mescla dos anteriores". No entanto, a primeira experiência efetivamente all-news no Brasil, com transmissão jornalística vinte e quatro horas por dia, simultaneamente no Rio de Janeiro e em São Paulo, foi a da Central Brasileira de Notícias, a CBN, ocupando o lugar da Rádio Eldorado AM 860, no Rio de Janeiro, e da Excelsior 780 kHz AM, em São Paulo. Segundo Meditsch (2002, p. 50), "O modelo, também importado dos Estados Unidos, estava desde o começo voltado para a constituição de uma rede".

Eduardo Meditsch continua sua análise sobre a programação das emissoras informativas, em que a programação é baseada no relógio (clock), que pode ser estruturado em função das 24 horas do dia, dos 60 minutos da hora ou até em períodos mais curtos (Meditsch, 2001, p. 27). Ainda segundo Meditsch, o uso da música no jornalismo só é justificado "pelo conteúdo referencial que incorpora" e, fora disso, ela deve limitar-se à "embalagem do radiojornalismo", como as sinalizações de início ou final de programas, ou leitura de manchetes.

Uma característica marcante do jornalismo de rádio é a prestação de serviços ao ouvinte. Maria Pilar Diezhandino, citada por Luciano Klöckner e Maria Alice Bragança (2001, p. 36), classifica o jornalismo de serviço como a "informação que dá ao receptor a possibilidade de efetiva ação/reação", que é útil na vida pessoal do receptor mediata e imediatamente. Os autores diferenciam utilidade pública e serviço. A prestação de serviços e utilidade pública são elementos que reforçam nessas emissoras all-news que operam em rede para todo o país, o elemento primário do rádio que é o de ser local, ao mesmo tempo em que esse tipo de radiojornalismo tem o caráter mais global.

É interessante ainda notar como o formato all-news responde a uma demanda crescente por informações contínuas e atualizadas. Em um mundo cada vez mais dinâmico, onde as notícias se desdobram em tempo real, o rádio all-news se destaca por sua capacidade de fornecer uma cobertura imediata e abrangente dos acontecimentos. Além disso, a integração com outras plataformas digitais, como aplicativos de rádio e sites de notícias, potencializa o alcance das emissoras all-news, permitindo que os ouvintes acessem as informações de diversas maneiras e em diferentes dispositivos.

Outro ponto relevante é a adaptação do modelo all-news a diferentes contextos culturais e regionais. No Brasil, por exemplo, a necessidade de ajustar o formato para incorporar elementos

de entretenimento e esportes reflete uma tentativa de tornar o conteúdo mais atrativo e relevante para o público local. Essa flexibilidade é crucial para o sucesso do modelo, pois permite que as emissoras all-news atendam às preferências e expectativas de seus ouvintes, enquanto mantêm a essência do jornalismo de qualidade e da prestação de serviços.

A evolução da rádio all-news também ressalta a importância da inovação constante. A introdução de novos formatos, como podcasts e transmissões ao vivo em redes sociais, amplia as possibilidades de engajamento e fidelização do público. Esses formatos oferecem uma experiência mais interativa e personalizada, permitindo que os ouvintes escolham quando e como consumir as notícias. Dessa forma, o rádio all-news continua a se reinventar e a ocupar um espaço relevante no panorama midiático atual, demonstrando sua capacidade de adaptação e sua resiliência diante das transformações tecnológicas e dos novos hábitos de consumo de mídia.

CONTEÚDO *ON DEMAND*

A Internet revolucionou as formas de consumir entretenimento, levando ao surgimento de diversas plataformas que oferecem uma pluralidade de modos de acesso a conteúdo. Com a tecnologia de streaming, os consumidores agora possuem uma vasta gama de conteúdos, acessíveis a qualquer hora e em qualquer lugar.

Uma inovação significativa nesse cenário é o conceito de video-on-demand (VOD). Este sistema permite a visualização personalizada de conteúdos audiovisuais, possibilitando ao espectador ver filmes ou programas no momento que desejar. O VOD pode ser acessado diretamente no televisor, desde que este possua conexão à Internet, ou pode ser descarregado para um computador, disco rígido, gravador de disco digital ou reprodutor portátil, para visualização posterior. Esse sistema oferece funcionalidades básicas de vídeo, como pausar, avançar, retroceder, câmera lenta e pausa, constituindo uma alternativa moderna ao tradicional aluguel de filmes.

Atualmente, a distribuição de conteúdo audiovisual online é amplamente realizada por meio do streaming, conhecido como serviço on demand, traduzido como sob demanda. Este tipo de serviço destaca-se por permitir que o conteúdo seja acessado no momento em que o usuário desejar. Carlos Henrique Schroder, diretor geral da Globo, vê o lançamento do Globo Play como uma adaptação necessária às mudanças nos hábitos de consumo.

> Com as mudanças na rotina e novos hábitos de consumo, é natural o fortalecimento de nossa presença em todas as plataformas. Vamos continuar trabalhando para oferecer o melhor conteúdo, da forma que for mais conveniente para a nossa audiência (globo.com, 2015)

Segundo Chuck Tyron (2014, p. 03), as novas formas de distribuição e acesso a conteúdos audiovisuais impulsionaram o surgimento da cultura sob demanda. Ele afirma: "os textos midiáticos circulam de forma mais rápida, barata e abrangente que antes, conduzindo para uma noção utópica onde se imagina o potencial de filmes e programas televisivos acessíveis em qualquer lugar". Esse ambiente é também caracterizado pela mobilidade de plataformas, tornando o acesso ao entretenimento ubíquo através de múltiplas telas, graças às mudanças técnicas, sociais, políticas e econômicas do ambiente de comunicação em rede.

No seu manual de redação, a CBN se apresenta como uma “plataforma multimídia” típica do século XXI. O “ouvinte/internauta” interage com o veículo tanto pelos tradicionais dials AM ou FM, quanto pela Internet, com múltiplas opções como streaming em tempo real, audição on demand e redes sociais (Tavares, 2011, p. 19). A CBN está presente nas principais plataformas de streaming, como Spotify, Deezer e Apple Podcast, onde o conteúdo de áudio das emissoras de rádio é agregado e identificado como podcast, facilitando seu reconhecimento pelo público.

Do ponto de vista tecnológico, o podcast é uma plataforma moderna para distribuição e circulação de conteúdo de áudio, substituindo os antigos arquivos de áudio on demand disponibilizados nos sites das emissoras. Na plataforma, o podcast é um programa de áudio acessível a qualquer momento em dispositivos móveis, oferecendo formas individuais de interação.

Apesar da presença nacional em plataformas de streaming, a CBN Goiânia ainda não possui um perfil próprio nessas plataformas. Os áudios dos programas estão disponíveis on demand apenas no site www.cbngoiania.com.br. Este panorama evidencia como as mudanças na distribuição de conteúdos audiovisuais transformaram o consumo de entretenimento, tornando-o mais acessível e personalizado do que nunca. Apenas os quadros possuem perfil nas plataformas de streaming.

Em Goiânia, além da CBN, algumas rádios são dedicadas exclusivamente ou principalmente ao jornalismo, transmitindo notícias locais, nacionais e internacionais, debates, e programas informativos. As principais são:

1. **Rádio Bandeirantes Goiânia:** Esta rádio pertence ao Grupo Bandeirantes e é focada em notícias e jornalismo, com programas ao vivo, entrevistas e cobertura de acontecimentos importantes. Opera na frequência FM 98,7 MHz. Já operou em AM 820 por muitos anos e foi conhecida como Rádio Jornal de Goiás e Rádio 820 AM. Desde 2013, é afiliada à Rádio Bandeirantes, com programação local, como Opinião em Debate, Jornal Bandeirantes;
2. **Rádio Sagres:** Também foca em notícias e é uma opção para quem busca informação em Goiás. Tem uma programação que mescla jornalismo, esporte e análise de temas de interesse público, com uma forte presença em eventos esportivos locais. Estruturado a partir de 2010, os veículos do Sistema Sagres focam nas informações de interesse da população goiana relacionadas à conscientização, divulgação e ação dos 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável promovidos pela Agenda 2030;
3. **BandNews FM Goiânia**: estreou em 20 de agosto de 2019, operando na frequência 90.7 FM. Como afiliada da rede BandNews FM, a emissora oferece uma programação focada em notícias e esportes para Goiânia e o interior de Goiás, com conteúdo jornalístico em tempo real, cobrindo eventos locais e nacionais;
4. **Jovem Pan News Goiânia**: Parte da rede Jovem Pan News, que se especializa em jornalismo e análises. A programação inclui noticiários, comentários e debates, além de entrevistas com especialistas, sempre abordando temas de interesse local e nacional.

A RÁDIO ANHANGUERA AM

A Rádio Anhanguera de Goiânia, uma das emissoras mais antigas e tradicionais de Goiás, foi criada em 1954 e operava na frequência 1230 AM. No início ela funcionava apenas com 1 quilowatt de potência. Em 1961, a emissora foi incorporada ao Grupo Jaime Câmara, que já era um grupo comunicacional consolidado no Estado de Goiás.

De acordo com Souza (2005, p. 37), “A emissora possuía programação bastante diversificada com rádio novelas, programas musicais, jornalismo e participação popular, chegando a realizar também programas de auditório”.

A emissora foi um marco na comunicação local, sendo parte integrante do Grupo Jaime Câmara, que se destacava no meio comunicacional como uma das maiores empresas de jornalismo de Goiás, incluindo, além de rádio, sites, televisão e jornais.

O jornalista Luiz Geraldo era um dos repórteres da emissora na década de 80 e afirmou que, na época, a rádio popular era a mais ouvida em Goiânia, sendo "... primeiro lugar em audiência no AM. Na época tinha essa diferença, o AM com o FM tinha uma disputa muito grande e no AM a Rádio Anhanguera era em primeiro lugar" (Teixeira, 2024, informação verbal).

A criação da Rádio Anhanguera ocorreu em um período de expansão da radiodifusão no Brasil, e ela rapidamente se destacou pela cobertura de notícias, programas de entretenimento e esportes. A rádio também contribuiu para o desenvolvimento de uma rede de comunicação regional forte, que mais tarde incluiu a TV Anhanguera e outras rádios associadas, consolidando o Grupo Jaime Câmara como um dos principais conglomerados de mídia da região Centro-Oeste do Brasil.

Já com o intuito de apostar em uma rádio que oferecesse aos ouvintes um maior conteúdo jornalístico, Teixeira lembra que houve "uma tentativa anterior ainda na rádio Anhanguera de aumentar a quantidade do noticiário e talvez até mantê-lo mais local do que nacional. Mas essa situação não prevaleceu" (Teixeira, 2024, informação verbal).

Em outubro de 1994, a Rádio Anhanguera faz uma virada de chave em sua programação e passa a integrar a Central Brasileira de Notícias, ideia original do Sistema Globo de Rádio, inspirada em rádios estrangeiras que tocam notícia 24 horas por dia.

Ainda operando na frequência AM, no começo eram cerca de 11 horas da grade de programação voltadas para programas locais e outras 7 horas dedicadas ao noticiário nacional e internacional, totalizando 18 horas de programação jornalística por dia.

Souza (2005) lembra que no início, a rádio era chamada de CBN Anhanguera e praticamente não tinha produção local.

> Tocando notícia durante todo o dia, a emissora se vale de programas transmitidos pela CBN nacional e pelo Sistema Globo de Rádio. O radiojornalismo local está restrito a um pequeno programa local, produzido e apresentado por uma equipe bastante restrita. No horário do almoço é veiculado programa esportivo local (Souza, 2005, p.38)

UM BREVE HISTÓRICO AS CENTRAL BRASILEIRA DE NOTÍCIAS – CBN

Em 1991, com a proposta de levar aos ouvintes aquilo que ele realmente precisa, pensando na colocação em prática de uma programação que privilegiasse a população que possui aparelhos de rádio, e ainda, ciente de que o mercado radiofônico brasileiro comportava e precisava de uma alavancada, foi que a direção do Sistema Globo de Rádio colocou em prática a nova programação,

voltada exclusivamente para o jornalismo. Estava criada a Central Brasileira de Notícias, ou simplesmente a CBN.

A CBN foi lançada nacionalmente com o conceito de transmitir notícias 24 horas, e, assim, adotar o modelo *all news*. Hoje, A CBN[3] é uma rede de emissoras de rádio, que atuam com o formato *All-News* e está presente 19 Estados Brasileiros. São quatro emissoras próprias e 38 afiliadas, somando 42 emissoras em todo o país, com o potencial de atingir um universo de mais 94 milhões de brasileiros. Porém esse público-alvo pode ser ainda maior já que, desde 2013, a CBN conta com seu aplicativo, com toda a programação da rádio disponível pelo celular.

A CBN opera em sistema de rede, com a "cabeça-de-rede" em São Paulo. De acordo com o jornalista e apresentador da rádio CBN Milton Jung:

> 'Cabeça de rede' é o nome dado à emissora líder da cadeia de rádio, responsável por produzir e gerar os programas. Geralmente, é ela quem define a linha editorial. As 'afiliadas' têm o compromisso de enviar boletins e participar da programação sempre que notícias de interesse nacional ocorram na região onde atuam. Em alguns casos, por interesse empresarial, a rede pode ter mais de uma "cabeça", mas a experiência não costuma ter resultado positivo. (Jung, 2004, p. 42)

Ao longo do dia, a emissora leva ao ar programas que apresentam um panorama dos principais destaques do dia e têm como carro-chefe política, economia e esportes, e tem como slogan a tradicional frase "A rádio que toca notícias".

A sensação de proximidade, traz a interação dos ouvintes com a rádio. Com a utilização de recursos tecnológicos ou de linguagem, essa interação é uma marca da emissora. Durante os principais jornais os âncoras comentam e respondem os e-mails e comentários nas redes sociais enviados.

Além das transmissões radiofônicas, a CBN possui outros produtos. O mais importante deles é o site da rede. Pelo endereço eletrônico é possível acompanhar ao vivo o mesmo conteúdo que vai ar pelas ondas da emissora em áudio ou pela câmera do estúdio. Ainda, acessar os arquivos de podcast e de texto. Alguns jornalistas e programas possuem blogs, que também estão hospedados no site.

[3] Dados coletados em https://cbn.globoradio.globo.com/institucional/historia/HISTORIA.htm). Acesso em 10 de out. de 2024

IMPLANTAÇÃO DA CBN EM GOIÁS

Em Goiás, a então Rádio Anhanguera do grupo Jaime Câmara, acreditou no potencial de uma emissora voltada apenas para a informação e migrou de uma rádio tradicionalmente comercial, com uma programação que mesclava música, informação e entretenimento para o formato *all news*, se associando à rede CBN.

A CBN Goiânia foi implantada em 19 de outubro de 1994 e trouxe o conceito e rádio *All-News* para o Estado, completando 30 anos de existência em 2024. Desde 1º de outubro de 2008 opera em 97,1 FM.

De acordo com o Teixeira (2024), no começo o mercado, especialmente por ser AM, demorou um pouco para aceitar esta mudança. “Foi uma questão de adaptação, mas desde o começo, já tinha uma marca forte, que é o Grupo Jaime Câmara. À medida que ela foi se consolidando localmente, isso também fez com que a credibilidade da emissora fosse sendo mantida”.

Os próprios jornalistas também demoraram um pouco para entender o funcionamento da Rádio CBN, que funciona em rede, ou seja, em determinados momentos, a programação é destinada à noticiário local e, em outros momentos definidos, a programação é voltada para notícias nacionais e internacionais.

Quanto aos ouvintes, Teixeira afirma que a audiência também era rodeada de dúvidas e incertezas.

> Era sempre muito de curiosidade, tipo assim, o slogan nosso sempre foi, a rádio que toca a notícia. Então as pessoas sempre duvidavam disso. Mas como assim só notícia? Não tem jeito. Aí a gente explicava. Não, em 24 horas só notícia. E a grande curiosidade sempre era essa. Hoje nem tanto, porque além da CBN tem outras, mas no começo era sempre essa. Mas que hora que você toca música? Não, não toca música. Aí a gente sempre tinha que ficar meio que batendo essa tecla de explicação de como era o formato CBN (Teixeira, 2024, informação verbal).

Durante esses 30 anos de jornalismo all news, a CBN Goiânia teve destaque em várias coberturas jornalísticas locais e nacionais, entre elas pode-se citar a cobertura jornalística da rebelião liderada por Leonardo Pareja, em 1996, considerada é um exemplo de reconhecimento do jornalismo local.

Na época, abril de 1996, Leonardo Pareja comandou uma rebelião de sete dias, na cidade de Aparecida de Goiânia, no então Centro Penitenciário de Goiás (CEPAIGO). Ele e mais 43

detentos fugiram após fazer várias autoridades como refém, inclusive o presidente do Tribunal de Justiça de Goiás, Desembargador Homero Sabino.

Durante os sete dias de rebelião houve cobertura jornalística da recém criada CBN Goiânia, sem ininterrupção, e a equipe local era responsável por repassar as informações para outros veículos de comunicação nacional, inclusive a CBN de São Paulo, Rio de Janeiro e Brasília. Luiz Geraldo relata que este momento foi um reconhecimento profissional para a CBN Goiânia.

> Nós ficamos sete dias, literalmente, assim, um dia todo, de se contar de zero a 24 horas lá, acompanhando os desdobramentos, tudo, e foi marcante porque a rede, ou as redes, as outras redes, elas sempre mandavam repórteres de fora. E, conosco, não aconteceu isso. Então, foi algo que me marcou muito. Quer dizer, o trabalho que a gente estava fazendo aqui era um trabalho, digamos, que tinha uma repercussão. O pessoal meio que sabia o que estava acontecendo e podia confiar localmente. Aí, uma outra questão também importante, que eu julgo também importante, se você imaginar assim, a movimentação da equipe para essa cobertura de sete dias, sete noites, foi muito intensa, levando informações para as rádios, então foi muito intensa esse trabalho e me marcou muito (Teixeira, 2024, informação verbal)

Outra cobertura jornalística de destaque, que marca essas três décadas da CBN do Estado de Goiás foi o do sequestro de Wellington Camargo, irmão dos sertanejos Zezé Di Camargo e Luciano. O crime foi considerado um dos mais longos, durando 96 dias.

O fato aconteceu em 16 de dezembro de 1998, na Capital de Goiás, e a CBN Goiânia foi o primeiro veículo de comunicação a noticiar o sequestro, após uma apuração da equipe de produção da emissora. Na época, o sequestro foi acompanhado pelo Brasil inteiro. O primeiro contato dos sequestrados foi feito cinco dias depois. No dia 13 de março de 1999, os bandidos deixaram uma caixa, em frente a uma emissora de TV de Goiânia, com um pedaço da orelha de Wellington Camargo e um bilhete pedindo agilidade nas negociações.

De acordo com Teixeira (2024), esse fato foi cobertura muito intensa, com toda a equipe participando, fazendo a checagem dos dados e repassando as informações para os ouvintes. A CBN Goiânia foi a primeira emissora a entrevistar Zezé de Camargo, irmão do sequestrado, e a entrevista foi repercutida em todo o Brasil.

> Foi uma cobertura fantástica. E na madrugada, da sexta para o sábado, a gente conseguiu falar com o Zezé, que estava terminando um show no Nordeste. Eu estava no estúdio, fazendo a ancoragem, tinha uma produtora comigo e tinha um repórter na porta da casa do Emmanuel, aqui na T4, pertinho do grupo. E aí, quando a produtora, eu estava do outro lado, na apresentação, e escutei a produtora dizer, Zezé? .... A gente tinha um quadro negro, na época não tinha essas modernidades de hoje de WhatsApp. Ela escreveu num quadro, Zezé, ao vivo. E aí a gente começou a entrevista com ele, teve um problema, caiu, mas depois a gente conseguiu. Eu acho que a gente foi um dos primeiros a conseguir falar com ele. E depois, no outro dia, a gente conseguiu falar com ele de novo, no sábado. E

> essa entrevista, ela teve uma repercussão que o Gugu, à época, colocou a nossa entrevista inteira no programa dele. Por que eu estou dizendo isso? Porque aí tinha umas tias minhas no interior que viram e falaram o seu nome (Teixeira, 2024, informação verbal)

O resgate foi pago no dia 20 de março de 1999 e, no dia seguinte, Wellington Camargo foi sedado e deixado pelos sequestradores na região metropolitana de Goiânia. Mais uma vez, a CBN Goiânia, que estava acompanhando de perto os desdobramentos do caso, foi a primeira a noticiar o fim do sequestro.

A CBN Goiânia segue com esta participação nacional, levando à rede CBN notícias de interesse de todo o país e participações ao vivo.

Atualmente, a estrutura da emissora é composta por 11 jornalistas, entre apresentadores, repórteres e produtores. Além disso, existe uma equipe técnica formada por profissionais de operadores de áudio; OPEC - Operação de Emissão e Controle, responsável pela programação e logística da transmissão dos comerciais e conteúdo; e departamento comercial.

A CBN Goiânia apresenta uma programação local voltada ao jornalismo e à análise regional. Um dos pontos fortes da emissora é a cobertura política, por isso uma pessoa focada no jornalismo político local, e um repórter de manhã e um no período da tarde voltado para os acontecimentos das cidades.

Quanto a cobertura jornalística no interior do Estado, Teixeira (2024) explicou que a CBN não possui equipes em outras cidades e que a cobertura é feita em parceria com a TV Anhanguera, filial da Rede Globo, que também faz parte do Grupo Jaime Câmara.

> A gente conta com a ajuda da TV Anhanguera em Goiás. A TV tem os repórteres, mas no sentido ajuda mesmo, não é nada oficial. Aí tem um assunto muito importante no interior e a gente pede, onde tem as afiliadas. Vou citar Rio Verde: o repórter de Rio Verde, que está acompanhando, a gente pede você pode participar com a gente? Normalmente são muitos solícitos e participam conosco, mas é algo de ajuda mesmo (Teixeira, 2024, informação verbal)

Sobre a programação, atualmente a CBN Goiânia conta com dois programas diários semanais, produzidos pela equipe: i) CBN Goiânia, veiculado de segunda-feira a sábado, das 9 horas às 11 horas; e ii) Tarde CBN, veiculado de segunda a sexta -feira, das 14 horas às 16 horas. Os temas abordados são variados, incluindo política, economia e cultura locais, com foco no contexto goiano.

É importante ressaltar que o programa de esportes, chamado de CBN Esportes, vai ao ar de segunda-feira a sábado, das 11 horas ao meio-dia. Por muito tempo, este programa foi produzido pela própria equipe da emissora. No entanto, atualmente ele é terceirizado.

Os quadros, programas de rádio de curta duração veiculados dentro da programação local, também são uma marca da CBN e, em Goiânia, não é diferente. Geralmente com duração de 10 a 15 minutos, os quadros foram uma inovação que a CBN implantou e resultou em sucesso de audiência e de faturamento. São programas curtos, mas com a mesma função dos grandes jornais-falados, no entanto com notícias sintetizadas e geralmente é monotemático.

A tabela a seguir mostra como é veiculado os quadros dentro da programação da CBN Goiânia:

Tabela 1 - Programas da CBN Goiânia

Nome do Programa	Tema abordado	Dia /horário da semana
Papo Político	Política local	diário pela manhã
Plural	Análise do assunto do dia	diário pela manhã
Cenário Econômico	Economia	diário pela manhã
Na ponta da língua	Língua portuguesa	segundas-feiras
Boca e Baco	Vinho e gastronomia	sextas-feiras
Rádio Pet	Pets	sábados
Guia de Saúde	Saúde	sábados
Finanças	Economia	segundas-feiras à tarde
Divã CBN	Psicologia	quintas-feiras à tarde
Precisamos falar sobre	Resumo da semana	sextas-feiras à tarde

O quadro Papo de Política é o mais antigo da programação. Atualmente é apresentado por Fabiana Pulcineli e comenta os bastidores e as ações do meio político que interferem na vida do cidadão. Já o qudro mais recente é o Divã CBN, que fala sobre psicologia e comportamento humano, trazendo análises sobre saúde mental.

Para classificar a programação da CBN Goiânia neste ano de 2024, ficou definido que seriam divididos por conteúdo jornalístico:

a) Noticiário local: Toda notícia, nota, reportagem, comentário e entrevista oriundos de Goiânia;
b) Noticiário regional: Notícias sobre o estado de Goiás, com exceção da Capital. Material produzido pela emissora afiliada;
c) Noticiário nacional: Veiculação de material jornalístico de outros estados;
d) Noticiário internacional: Produção dos correspondentes em Londres, Tóquio, Paris, Berna, Bruxelas, Buenos Aires e Washington, bem como notícias outras internacionais.

As grades de programação adotadas pelas rádios *all news* podem ser classificadas em dois tipos, de acordo com a definição do pesquisador Luiz Artur Ferrareto: I) A primeira é a linear, que apresenta uma "programação homogênea em que os programas no seu conjunto, mesmo que com características próprias, seguem uma linha semelhante". (Ferrareto, 2007, p.59); II) a segunda é a programação "em fluxo", que é uma "forma de fazer rádio estruturada em uma emissão constante em que se encara toda a programação como um grande programa dividido em faixas bem definidas. As mudanças de uma para outra são calcadas na troca do âncora ou do comunicador do horário" (Ferrareto, 2007, p.60).

A partir dessas definições pode-se enquadrar a rádio CBN Goiânia com uma programação majoritariamente "linear", mas adotando características do modelo fluxo. A partir deste pensamento é possível entender a lógica da atualização das informações na CBN com resumo de notícias a cada 30 minutos, com o programa Repórter CBN.

A cobertura esportiva é um dos pilares da programação da CBN Goiânia, com destaque para o futebol local e demais modalidades que movimentam o esporte no estado de Goiás. Mesmo com uma equipe terceirizada, a emissora acompanha de perto os principais campeonatos e jogos dos clubes goianos, trazendo análises aprofundadas, informações de bastidores e a emoção que marca cada partida. Além do futebol, a CBN Goiânia também se compromete a dar visibilidade a outras práticas esportivas que ganham força no estado, como o vôlei, o atletismo e o futsal, promovendo o esporte goiano em toda sua diversidade e fomentando o engajamento da comunidade com os atletas e competições regionais.

Quanto à convergência midiática, em que o rádio se uniu a internet e possibilitou que os ouvistes pudessem ter uma escuta assíncrona, a CBN Goiânia disponibiliza em sua página os

programas diários, como o CBN Goiânia e a Tarde CBN. Também há ícones para os quadros que são veiculados durante a programação, no entanto, a aba está desatualizada.

Quanto à disponibilidade nas plataformas de streaming, como Spotify, Deezer e Apple Podcast, apenas os quadros da CBN Goiânia possuem perfil, com a possibilidade de o ouvinte escutar as informações on demand.

A CBN Goiânia, em seu contínuo processo de inovação e adaptação às novas demandas do mercado de comunicação, planeja um avanço em sua estratégia de transmissão: a veiculação ao vivo, via vídeo, de seus programas locais. Este movimento reforça a importância da convergência das mídias em um mundo cada vez mais hiperconectado, onde os formatos multimodais ganham espaço ao permitir que o público não apenas ouça, mas também veja os conteúdos em tempo real.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A análise sobre os 30 anos da CBN Goiânia ressalta a importância do resgate histórico de uma emissora pioneira no formato all news em Goiás. Esse resgate é crucial, visto que a literatura sobre o impacto de rádios exclusivamente jornalísticas no estado ainda é escassa. Apesar de completar 30 anos em 2024, há uma evidente carência de material que retrata este momento significativo da trajetória radiofônica goiana.

A pesquisa oferece uma visão abrangente das contribuições da CBN para a democratização da informação e o fortalecimento do jornalismo regional. Ao preencher essa lacuna histórica, o estudo não apenas preserva a memória institucional da rádio, mas também valoriza seu papel na formação da opinião pública goiana.

A reflexão sobre a organização contextual dos processos de produção e circulação da mensagem radiofônica da CBN Goiânia evidencia que as plataformas digitais se constituem como ambientes mediáticos sociodigitais onde a emissora pode ampliar sua audiência. No entanto, essa ação deve ser cuidadosamente planejada, especialmente em termos de atualização diária.

A cobertura jornalística de eventos de grande relevância nacional é essencial para veículos de mídia locais, pois amplia a visibilidade e o prestígio da imprensa regional. Ao abordar temas de repercussão nacional, um veículo local não apenas demonstra sua capacidade de oferecer uma cobertura jornalística de qualidade comparável à de grandes redes, mas também reforça a confiança da comunidade que atende. Além disso, esse tipo de trabalho, contribui para a

valorização do jornalismo local e fortalece a identidade do veículo como uma fonte confiável de informações.

Ao longo das últimas três décadas, a CBN tem avançado no ambiente digital, oferecendo programas on demand e podcasts exclusivos que ampliam seu alcance e mantém sua relevância para audiências modernas. No entanto, o site, principal porta de acesso da emissora, necessita de uma atualização diária, com a disponibilidade dos programas de forma diária. Outro ponto que necessita de uma atenção maior é a criação de um perfil oficial da CBN Goiânia nas plataformas de streaming para facilitar a escuta do ouvinte de toda a programação local.

Esse resgate histórico enfatiza como a emissora não só preserva sua missão de informar, mas também se adapta às novas formas de consumo, consolidando seu papel no jornalismo regional e nacional.

A CBN Goiânia cumpre seu papel como rádio regional, proporcionando aos ouvintes uma cobertura jornalística abrangente e comprometida com os principais eventos e acontecimentos da cidade. Ao longo de sua programação, a emissora conecta a população às questões relevantes de Goiás, abordando desde o cotidiano local até temas de interesse nacional com um olhar atento às necessidades e interesses da comunidade.

APÊNDICE A – ENTREVISTA TRANSCRITA NA ÍNTEGRA COM LUIZ GERALDO TEIXEIRA, COORDENADOR DE JORNALISMO DA CBN GOIÂNIA, REALIZADA EM OUTUBRO DE 2024

Entrevista Luiz Geraldo Teixeira – Coordenador de Jornalismo da CBN Goiânia

Pesquisador - Você trabalhava na Rádio Anhanguera?

Luiz Geraldo - Eu comecei ainda na Rádio Anhanguera antes da CBN. E aí, em 94, ela migra de Anhanguera para a CBN.

Pesquisador - E lembra como foi essa tomada de decisão dessa migração? Porque em 94, uma rádio que toca notícia era novidade ainda. Tinha Brasília, tinha Rio, São Paulo, Goiânia não tinha.

Luiz Geraldo - Não, Goiânia eu acho que é a terceira afiliada, se eu não estiver enganado. Esses dias eu conversei com o coordenador de afiliadas, ele me falou. É a segunda ou a terceira afiliada da rede. Hoje são 28. Na época, eu era repórter da rádio Anhanguera. A Anhanguera de 1930. E para a gente também foi surpresa. A decisão veio da diretoria em migrar para rádio totalmente all news, só notícia. Houve uma tentativa anterior ainda na rádio Anhanguera de aumentar a quantidade do noticiário e talvez até mantê-lo mais local do que nacional. Mas essa situação não

prevaleceu. E aí a rede chega em outubro de 1994. Eu acho que a sua pergunta é no sentido. É. Porque eu sempre vi assim também, porque, primeiro, uma rádio que só toca notícia era novidade praticamente para o Brasil, tinha três anos de rede, da rede CBN em todo o Brasil, e aí de repente ter essa opção aqui em Goiânia. O começo para o mercado, especialmente por ser AM, demorou um pouco, foi uma questão de adaptação, mas desde o começo, já tinha uma marca forte, que é o Grupo Jaime Câmara. À medida que ela foi se consolidando localmente, isso também fez com que a credibilidade da emissora fosse sendo mantida. Acho que é um ponto importante.

Pesquisador - No começo, você já começou como âncora?

Luiz Geraldo - Não, não. Eu era repórter. Eu era da produção, reportagem, fiz tudo, na verdade. De vez em quando eu fazia apresentação, mas era algo uma vez ou outra.

Pesquisador - Você sabe quem foi o primeiro âncora da CBN em Goiânia?

Luiz Geraldo – Sandes Júnior. O Sandes é porque é o seguinte, ele tinha um contrato com a Rádio Anhanguera, que na época a Rádio Anhanguera era em primeiro lugar em audiência no AM. Na época tinha essa diferença, o AM com o FM tinha uma disputa muito grande e no AM a Rádio Anhanguera era em primeiro lugar. ele ficava, se não me engano, de nove ao meio-dia, que é exatamente o horário local da rede CBN. E aí, nos primeiros dias, ele inclusive foi o primeiro ano que foi até diferente essa situação. Aí logo percebeu que não dava, não era o forte dele, o perfil dele, aí na sequência mudou. Eu não vou lembrar agora quem foi o próximo na programação. Logo na sequência, acho que veio o Marcos Vilas Boas. O Marcos era de Brasília e entendia muito como era o funcionamento da rede. Os blocos, como era essa relação de rede com as afiliadas. Ele vindo para cá e montou uma estrutura bem parecida com a que temos hoje, que é a CBN em Goiânia, durante a manhã, e à tarde também um programa local. Aí a gente teve na época um grande investimento, eu não vou lembrar o ano, mas teve um grande investimento com contratação, aí veio a equipe de esportes também, que também começou ainda no AM, então foi um investimento muito forte. Na época de contratações, o pessoal foi bem interessante, o movimento.

Pesquisador - Qual é a estrutura hoje de vocês? Quantos jornalistas, produtores?

Luiz Geraldo - Contando comigo, somos 11. Eu teria que fazer uma conta aqui para vocês. Somos 11 jornalistas. Aí fora o pessoal de operação, OPEC, comercial, que aí eu não saberia te dizer quantos, E é interessante que no jornalismo, até para você entender, nós temos uma pessoa focada no jornalismo político, local, e um repórter de manhã para as cidades e um à tarde também para as cidades. Esse de política depende do movimento, aí pode vir de manhã. Aí ela fica só por conta da cobertura política, que é um dos pontos mais fortes da CBN, a política econômica. E aí a gente tem... A gente fala produção porque faz reportagem, faz checagem, e aí o restante. E na apresentação sou eu, o José Bonfim à tarde, a Natália Lima à tarde e a Daniela Vecchiani de manhã. São quatro apresentadores, dois de manhã e dois à tarde, os repórteres e o restante produção mesmo. Eu ia te falar da nossa divisão, né? A gente tem dois programas locais, um de manhã das nove às onze, aí depois de onze ao meio-dia é o esporte, só que o esporte nosso é terceirizado. Somos não somos responsáveis. E aí tem a tarde de duas às quatro, um programa local também, que é o Tarde CBN.

Pesquisador - E aí tem aqueles programetes também que a CBN tem, não é?

Luiz Geraldo - A gente chama de quadros. Dentro do CBN Goiânia, a gente tem um Papo Político, com a Fabiana Cuccinelli. É um dos mais antigos, porque a gente tem, não com ela, mas com outras pessoas da cidade, mas é um dos mais antigos. O Papo Político, o Plural com a Cileide Alves, o plural ele é mais recente, tem o Cenário Econômico também é bem antigo. Esses três são diários de manhã, né? E aí a gente tem às segundas o Na Ponta da Língua com o professor Carlos André, que fala sobre língua portuguesa e às sextas o Boca e Baco, com o Brandon Faria, que é um sommelier, né? E ele participa conosco com dicas gastronômicas e de vida. Tem um do PET, aos sábados. o Rádio PET, que é de 10 às 10h15. E das 10h15 às 10h30 a gente tem o Guia de Saúde, que é um quadro onde a gente convida médicos, né, para falar sobre os assuntos ligados à área da saúde. À tarde, a gente tem um de Finanças, as segundas, com o Bruno. A gente tem, às quintas, o Divan da CBN, que esse é o mais novo que a gente tem, que é um quadro voltado para a psicologia, psiquiatria. E... À tarde também, na sexta, Precisamos Falar Sobre um quadro que reúne os principais assuntos da semana e a gente senta e comenta aquilo.

Pesquisador - Vocês falaram que chamam de quadro. Eles têm, em média, uns 5 minutos, 15 minutos? Como é que é?

Luiz Geraldo - É de 10 a 15 minutos.

Pesquisador - E como é que foi para você, no começo, como repórter, que você ia para a rua fazer essa cobertura, você lembra assim, como a CBN foi recebida na cobertura que vocês faziam?

Luiz Geraldo - Era sempre muito de curiosidade, tipo assim, o slogan nosso sempre foi, a rádio que toca a notícia. Então as pessoas sempre duvidavam disso. Mas como assim só notícia? Não tem jeito. Aí a gente explicava. Não, em 24 horas só notícia. E a grande curiosidade sempre era essa. Hoje nem tanto, porque além da CBN tem outras, mas no começo era sempre essa. Mas que hora que você toca música? Não, não toca música. Aí a gente sempre tinha que ficar meio que batendo essa tecla de explicação de como era o formato CBN. Assim como a TV, tem a TV Globo, as outras emissoras também, a gente é afiliado, aqui é Globo, e é uma rádio da Globo, a CBN é do grupo Globo, aí a gente explica isso. Tem hora que está em rede, que está São Paulo falando, Brasília, Belo Horizonte, Rio de Janeiro, aí isso também às vezes as pessoas não entendiam por quê. Mas é porque sempre são assuntos nacionais, não locais. no local, a gente sempre que cuida aqui em Goiás.

Pesquisador - Tem algum fato que você lembra, que você acompanhou todos esses anos, que marcou? Que você julga um marco para a CBN?

Luiz Geraldo - Eu posso te falar dois que marcaram bastante. Primeiro, a rebelião comandada por Leonardo Pareja, em 1995. Nós ficamos sete dias, literalmente, assim, um dia todo, de se contar de zero a 24 horas lá, acompanhando os desdobramentos, tudo, e foi marcante porque a rede, ou as redes, as outras redes, elas sempre mandavam repórteres de fora. E, conosco, não aconteceu isso. Então, foi algo que me marcou muito. Quer dizer, o trabalho que a gente estava fazendo aqui era um trabalho, digamos, que tinha uma repercussão. O pessoal meio que sabia o que estava acontecendo e podia confiar localmente. Aí, uma outra questão também importante, que eu julgo

também importante, se você imaginar assim, a movimentação da equipe para essa cobertura de sete dias, sete noites, foi muito intensa, levando informações para as rádios, então foi muito intensa esse trabalho e me marcou muito. Outro foi o sequestro do irmão do Zezé de Camargo e do Luciano, o Wellintong Camargo, que foi o mais longo do Brasil. A CBN foi a primeira a noticiar o fato, que foi através de uma apuração que a gente conseguiu. E nós também fomos os primeiros a noticiar o fim do sequestro. E aí foi também uma cobertura muito intensa, com toda a equipe participando, e a época a gente acabou tendo um destaque, por exemplo. Na época ainda a gente não trabalhava, era AM, e a gente fechava meia-noite. Só que quando a gente descobriu o fim foi dez da noite. A gente começou, não parou, A gente teve autorização para continuar a cobertura. A gente continuou. Passamos... Isso foi numa sexta. Começamos na sexta e paramos no domingo à noite. Direto. Foi uma cobertura fantástica. E na madrugada, da sexta para o sábado, a gente conseguiu falar com o Zezé, que estava terminando um show no Nordeste. Eu estava no estúdio, fazendo a ancoragem, tinha uma produtora comigo e tinha um repórter na porta da casa do Emmanuel, aqui na T4, pertinho do grupo. E aí, quando a produtora, eu estava do outro lado, na apresentação, e escutei a produtora dizer, Zezé? Porque eu a escutei falando, Zezé, e pensei, o que será que ela está falando? E aí ela só mandou para mim. Escreveu, aliás, num quadro. A gente tinha um quadro negro, na época não tinha essas modernidades de hoje de WhatsApp. Ela escreveu num quadro, Zezé, ao vivo. E aí a gente começou a entrevista com ele, teve um problema, caiu, mas depois a gente conseguiu. Eu acho que a gente foi um dos primeiros a conseguir falar com ele. E depois, no outro dia, a gente conseguiu falar com ele de novo, no sábado. E essa entrevista, ela teve uma repercussão que o Gugu, à época, colocou a nossa entrevista inteira no programa dele. Por que eu estou dizendo isso? Porque aí tinha umas tias minhas no interior que viram e falaram o seu nome. Essa é a repercussão. Mas foram os dois fatos que me lembram de cobertura marcante que a gente teve. Além de outras, cobertura de eleição, tem outros fatos realmente marcantes que a gente guarda. Mas esses foram realmente marcantes mesmo.

Pesquisador - E como é que é essa cobertura no interior aqui de Goiás? Vocês têm repórteres no interior? Como é que é?

Luiz Geraldo - A gente conta com a ajuda da TVA em Goiás. A TV tem os repórteres, mas no sentido ajuda mesmo, não é nada oficial. Aí tem um assunto muito importante no interior e a gente pede. onde tem as afiliadas. Vou citar o Rio Verde. O repórter de Rio Verde que está acompanhando, a gente pede. Você pode participar com a gente? Normalmente são muitos solícitos que participam conosco, mas é algo de ajuda mesmo. Para poder fazer essa cobertura também no interior. O interior como funciona para a gente? A gente descobre, E a gente faz por aqui, por telefone, que hoje tem essa facilidade, né? Graças a Deus! É, ou pé de áudio, enfim, aí a gente... O WhatsApp ajuda muito, chega na hora. Aí a gente meio que se vira por aqui mesmo.

Pesquisador - E agora, falando sobre essa questão da rádio all news, eu queria mais da sua opinião, que trabalha durante todo esse tempo. Você falou que no começo tinha essa dúvida, hoje já é a credibilidade consolidada, mesmo porque carrega o nome CBN, que é um nome muito forte. Como você vê uma rádio All News aqui em Goiânia?

Luiz Geraldo - Olha, hoje a gente tem um público de audiência praticamente segmentado. É uma rádio segmentada, tem a sua preferência. Quem não quer ouvir uma música nem outra rádio. E aí a gente tem, na verdade, uma oportunidade. E tudo nesse mundo nosso, que é tudo hoje muito rápido, aí você quer ver, ouvir as notícias, por exemplo, é algo mais fácil. Por exemplo, você está num deslocamento de trânsito. Antigamente, não. As distâncias do Goiânia, por exemplo, eram próximas. Hoje, não. Você fica 40 minutos dentro de um carro por conta do trânsito. E nesse momento, você tem a oportunidade de se atualizar das notícias. no carro, você não tem como pegar um jornal e ler. Não tem como você ler TV. Então, é onde a gente ganha muito. E a gente, nesse processo, eu acho que tem muita gente que prefere ter a notícia, acesso à notícia, do que ouvir uma música. Por exemplo, você tem a facilidade, você tem um aplicativo, você coloca a música que você quer. Você liga numa rádio, você pode ouvir uma música que você gosta ou não, e ali você vai ficar passando de citação em citação. Então eu acho que nesse ponto a gente ganha. E a facilidade hoje dos podcasts, que muita gente prefere ter a informação através do podcast e até da internet, ouve no site. Então, todo mundo achou que, quando surgiu a internet, agora o rádio acaba. Na verdade, ele se aliou a essas ferramentas e conseguiu deixar ali, ficar ali no meio. Ao invés de brigar, ele se adaptou ali nesse meio e está indo.

Pesquisador - Eu ia falar agora sobre essa questão mesmo, que a gente chama de convergência das mídias. A CBN, de uma forma geral, em Goiânia não foi diferente, foi uma das primeiras a aderir ao streaming, que é disponibilizar o programa na internet para as pessoas ouvirem quando quiserem, a hora que quiserem, para não ter aquela questão da factualidade, de estar ouvindo naquele horário, naquele momento.

Luiz Geraldo - Todos os programas, os quadros também ficam no site da CBN. E no formato podcast, no streaming que a pessoa escolheu. Todos os quadros nossos estão lá. mas a gente não tem como mandar, mas agora a gente está reformando toda a parte de estúdio para a gente também colocar no YouTube. Hoje a gente faz só rede, aí a gente vai colocar também. Para fazer vídeo também, né? Vídeo também, para ficar no YouTube, para que as pessoas possam ouvir e ver a gente, é a tendencia.

REFERÊNCIAS

Brunswick, NJ: **Rutgers University Press,** 2013. Disponível em <https://quod.lib.umich.edu/f/fc/13761232.0040.319/--chuck-tryon-on-demand-culture-digital-delivery?rgn=main;view=fulltext>. Acesso em 05 de out. 2024

CAPELATO, Maria Helena. O Estado Novo: o que trouxe de novo? In: FERREIRA, Jorge e DELGADO, Lucilia de Almedia Neves (Orgs). **O Brasil Republicano:** o tempo do nacional-estatismo do início da década de 1930 ao apogeu do Estado Novo. Rio de Janeiro, Civilização Brasileira, 2003.

FERRARETTO, Luiz Arthur. **Rádio: o veículo, a história e a técnica**. Porto Alegre: Editora Sagra Luzzatto, 2001.

GLOBO.COM. Globo Play: a programação da Globo ao vivo ao alcance de um 'play'. Disponível em <http://redeglobo.globo.com/novidades/noticia/2015/10/globo-play-programacao-da-globo-ao-vivo-ao-alcance-de-um-play-saiba.html>. Acesso em: 05 out. 2024.

JENKINS, H. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.

KLÖCKNER, Luciano, BRAGANÇA, Maria Alice. Radiojornalismo de serviço: AM e FM em tempos de Internet. IN: MOREIRA, Sonia Virgínia. DEL BIANCO, Nélia R. (org.). **Desafios do rádio no século XXI**. São Paulo: Intercom, Rio de Janeiro: Uerj, 2001.

MARQUES, Edmilson Ferreira. *A HISTÓRIA DO RÁDIO EM GOIÁS (1942-1947)*. **Dissertação** (Mestrado em Ciências Humanas) - Universidade Federal de Goiás, Goiânia, 2009.2009.

MEDITSCH, Eduardo. **O rádio na era da informação:** teoria e técnica do novo radiojornalismo. Florianópolis: Insular, Ed. da UFSC, 2001.

MEDITSCH, Eduardo. A compreensão da mensagem no radiojornalismo: uma abordagem cognitiva. In: XXVI Congresso Brasileiro dos Pesquisadores da Comunicação, 2003, Belo Horizonte. Intercom 2003. São Paulo: Intercom, 2003.

MOREIRA, Sonia Vírginia. Jornalismo na rádio Jornal do Brasil. IN: ORTRIWANO, Gisela Swetlana (Org.). **Radiojornalismo no Brasil:** dez estudos regionais. São Paulo: Comarte, 1987.

SASSE, Emygdio. IN: Imprensa Goiana: depoimentos para a sua história. Goiânia, Cerne, 1980.

SOUZA, Fábio Márcio Gaio. O Rádio em Goiânia: Histórias e Fatos. Monografia (Comunicação Social). Universidade Federal de Goiás, Goiânia, 2005.

REVISTA GOIANIDADE. Goianidade – A Ideologia do Trabalho. Edição Especial ,1992

Tavares, M. (org.) (2011). **Manual de redação CBN**. Rio de Janeiro: Editora Globo.

TEIXEIRA, Luiz Geraldo. [Out. 2024]. Entrevistador: Maria Tereza Lemes Carneiro. Goiânia. Universidade Federal de Goiás, 2024. Entrevista concedida para a pesquisa sobre os 30 anos da CBN Goiânia.

TRYON, Chuck. On-Demand Culture: Digital delivery and the future of movies. Rutgers University Press, 2013.

ZUCULOTO, Valci Regina. **A notícia no radiojornalismo brasileiro:** transformações históricas e técnicas. Dissertação de mestrado em Comunicação. Porto Alegre: PUC/RS, 1998.

Os autores são responsáveis pela fidedignidade dos dados apresentados.

LITERATURA DE CORDEL E CULTURA POPULAR: UMA REFLEXÃO TEÓRICA

Daniele de Lima da Silva[1]

RESUMO

Este artigo tem como objetivo refletir teoricamente sobre a cultura popular brasileira sobre o viés da literatura de cordel nordestina, tomando como exemplo prático principal a poesia do poeta cearense Patativa do Assaré. Para tal estudo, foi feito uma revisão bibliográfica, com obras relevantes da área. Após a reflexão, é possível perceber a literatura de cordel como um produto cultural brasileiro relevante não somente artístico, mas também cultural, social e político.
Palavras-chave: Cultura Popular; Literatura de Cordel; Poesia Popular; Cultura; Patativa do Assaré.

CORDEL LITERATURE AND POPULAR CULTURE: THEORETICAL REFLECTION

ABSTRACT

This article has the goal to reflect theoretically on Brazilian popular culture from the perspective of northeastern cordel literature, taking as its main practical example the poetry of the Ceará poet Patativa do Assaré. For this study, a bibliographical review was carried out, with relevant works in the area. After reflection, it is possible to consider cordel literature as a relevant Brazilian cultural product, not only artistic, but also cultural and political.
Keywords: Popular Culture; Cordel Literature; Popular Poetry; Culture; Patativa do Assaré.

INTRODUÇÃO

A poesia popular, mais especificamente a literatura de cordel nordestina, se mostra como um produto cultural brasileiro relevante, possuidor de características próprias, que dentro da linguagem poética comunica vivências, elementos artísticos próprios e discussões políticas e sociais, em uma rica produção de sentidos. Assim, mesmo após anos e anos da sua difusão no país, estudar este produto a partir do seu viés simbólico se mostra sempre como um campo interessante e importante a ser destrinchado.

É válido ressaltar que a literatura de cordel está presente por todo o Brasil, mas sua concentração é mais relevante no Nordeste: "A literatura popular existe em outros países, mas nenhuma é tão relevante quanto a do Nordeste [...] ela resiste e se transforma cada vez mais" (Cantel; Clément; Lemaire, 1993, p. 16).

Apesar da origem dos folhetos de cordel não serem de origem brasileira, e sim de Portugal, o Brasil passou a incorporar este tipo de literatura à sua cultura, com foco e

[1] Mestre em Comunicação, Mídia e Cultura e Bacharel em Relações Públicas pela Faculdade de Comunicação e Informação (FIC) e Universidade Federal de Goiás (UFG) e Especialista em Gestão de Projetos pelo Centro Paula Souza. E-mail: daniele.lima.rp@gmail.com.

expressão maior na região Nordeste, trazendo em suas páginas muito da história e vivência cotidiana deste lugar e da própria vida pessoal de quem o escreve: "[...] esses poemas veiculam afirmações metafóricas sobre a vida social do poeta e de seu público, referindo-se a questões estruturais básicas da sociedade" (Arantes, 1982, p. 11).

À primeira vista, discorrer sobre a rotina e aspectos comuns da vida do poeta e do ambiente que o cerca, pode parecer pouco complexo e significativo. Porém, neste universo da literatura de cordel nordestina, os signos entram na luta da ressignificação, através de diversos símbolos, principalmente os verbais. Isto porque além da subjetividade e simbolismo contido na linguagem poética de forma geral, diversos outros aspectos se misturam à poesia de cordel, devido ao seu contexto político, artístico e geográfico. Ou seja, a poesia popular de cordel possui caráter simbólico muito forte também devido à própria região em que está localizada e é maior difundida, o Sertão, que foi marcado por muitos anos com seca e conflitos de posse de terra, resultando em diferenças sociais e migrações para outras regiões do Brasil (Villa, 2001).

Estes aspectos sociais e políticos da região se misturam à cultura sertaneja, rica em especificidades, características muito próprias, como as gírias do dia a dia, pratos típicos, tipos mais comuns de trabalho, músicas, animais da região, vegetação, festas tipo de construção das casas, muitas em pau a pique, religiosidade cristã forte, crenças populares e diversos outros pontos da realidade do Sertão que os torna único.

Assim, a literatura de cordel surge no Nordeste como um produto cultural e comunicacional que exibe as dificuldades das pessoas da região, seus sonhos, seus festejos populares, suas glórias, bem como aspectos históricos, econômicos, sociais e políticos. O cotidiano imortalizado em poemas, principalmente entre os séculos XIX e XX, teve um amplo destaque durante este período, mas possui relevância até os dias atuais.

Dentro disso, é possível compreender a literatura de cordel como um produto cultural que compartilha saberes, visões de mundo e experiências, de forma viva e dinâmica. Tal compreensão se encaixa no conceito difundido pelos autores, Cuche, Pereira e Gandra (1999), que definem a Cultura como um modo de expressão manifestado em algum produto cultural, de forma a se distinguir do outro, através dos seus hábitos, artes, crenças e costumes.

Percebe-se, portanto, a relevância e profundidade que a poesia popular nordestina possui. E é dentro desta complexidade a qual a rodeia, que surge a intenção deste artigo:

refletir sobre os fundamentos e conceituações do produto cultural literatura de cordel, dentro dos aspectos da linguagem poética a partir de um panorama teórico, a fim de se aprofundar ainda mais na poesia do Serão. Para apoiar esta reflexão, é utilizado como método científico a pesquisa qualitativa, apoiada em uma revisão bibliográfica.

A POESIA POPULAR E A LINGUAGEM POÉTICA

A subjetividade e os simbolismos por si só já fazem parte da linguagem poética, uma vez que as muitas camadas de interpretação de um poema são profundas, variando de leitor para leitor, que são possuidores de diferentes contextos vividos, com níveis de conhecimentos prévios distintos e inúmeros outros fatores sociais, políticos e culturais. Além desses fatores, que influenciam na interpretação da poesia, deve-se levar em consideração a subjetividades do próprio poeta, que escreve o texto, pois ao transmitir suas ideias, não descola a sua subjetividade da sua escrita (Pignatari, 2005).

A poesia também utiliza figuras de linguagem para a sua expressão, trabalha diferentes formatos de mensagem, explora e pode brincar com as palavras e desenhar com as palavras e visão de mundo do poeta “A linguagem é uma expressão dos pensamentos ou sentimentos por meio de um conjunto de sinais, visuais ou fonéticos, através dos quais se estabelece a comunicação, que é o intercâmbio de informação entre os sujeitos ou objetos” (Chaveiro; Castorino; Borges; 2016, p. 23). E assim, através da linguagem poética, os signos ganham novos significados a partir das diferentes subjetividades que as atingem

A poesia popular de cordel explora os meios acima e exprime não somente os pensamentos do poeta, seus valores próprios, mas também sua visão de mundo e realidade das pessoas que o cerca. Por isso, a literatura de cordel é um produto cultural tão brasileiro, pois a linguagem expõe ideologias e especificidades da região, de forma própria e característica. Afinal, ao conhecer o universo da linguagem do discurso proferido, é possível conhecer também o sujeito e o mundo que o rodeia (Chaveiro; Castorino; Borges, 2016).

Assim, o sentido da intenção da linguagem poética é o resultado da interação das suas palavras com os contextos, indo muito além de simples interpretações “[...] as frases se integram de novo em enunciados, e os enunciados, por sua vez, em unidades de dimensões maiores, até a obra inteira” (Todorov, 1969, p.58). Na poesia de cordel, não são vistas apenas as rimas, mas também as palavras e gírias utilizadas para compor a estrofe, bem como o ritmo que muitas vezes é semelhante a um baião.

É importante ressaltar que a linguagem poética não apenas possui características e funções emotivas ou estéticas, com foco em rima, musicalização ou dramatização de sentimentos próprios. Há também uma construção poética a partir do contexto vivido, político, social, econômico e cultural (Todorov, 1969), a poesia de cordel é um exemplo vivo deste ponto. Por isso, ao analisar uma obra literária de cordel, é necessário olhar para diversos outros elementos, além da rima e estética do poema. O estilo de escrita ou declamação, bem como o contexto social e político do autor devem ser levados em conta para que a interpretação e análise alcancem um patamar mais profundo.

Para Todorov (1969), um poema não é apenas um complexo de emoções, as significações evocadas, produção de sentidos e as provocações no receptor também estão em jogo. A visão de mundo do leitor é ampliada com os possíveis significados para a realidade vivida: o sujeito se posiciona no mundo com suas singularidades. Ou seja, poeta popular se coloca como um locutor que pode provocar no leitor sentimentos que podem estar distantes da sua realidade.

A partir dessa reflexão teórica, entende-se a poesia como possuidora de grande importância social, pois proporciona o exercício de relação pessoal consigo e com o outro. Um produto cultural que é capaz dar sentido e manifestar o mundo. E o cordel do Sertão aparece com essa capacidade de provocação e manifestação, que utiliza elementos da linguagem poética para cantar a sua própria realidade.

Neste contexto, serão explorados o panorama teórico e conceitual da poesia popular, a partida da definição de cultura, para compreender esta arte como um produto cultural repleto de complexidades. Essa revisão bibliográfica e reflexão teórica contribuirá para a discussão iniciada nesta primeira seção, pois irá aprofundar o entendimento da literatura de cordel como uma expressão cultural autêntica.

CULTURA E POESIA POPULAR NORDESTINA

Para Sodré (2006), a cultura pode ser entendida como uma forma dos sujeitos constituírem suas identidades e subjetividades através de práticas comuns entre si em grupos delimitados. Já para Durand (1997), a cultura é como uma bacia semântica, possuidora de narrativas, símbolos e arquétipos que compõe o imaginário das pessoas, funcionando como intermediária na formação da identidade dos sujeitos, por meio do

imaginário coletivo. Ambas as definições flutuam sobre a ideia de práticas e identidades que possuem o senso de comunidade.

Por isso, que ao falar de cultura, remonta-se também a ideia de "identificação", pois esse termo pressupõe produtos e especificidades culturais comuns, que possuem semelhanças entre si, nos quais os sujeitos se identificam. A literatura de cordel, por exemplo, gera identificação em muitas pessoas do Nordeste, por utilizarem em sua composição jargões e elementos próprios da cultura regional, como o "oxente", "alpercata currulepe", "caba", "matuto" e muitos outros (Mendonça; Roriz, 2014).

Dessa forma, a cultura é entendida também por um elemento com alto grau de coletividade, pela reunião de saberes acumulados que são transmitidos de tempos em tempos, podendo ser representada por patrimônio material como obras, mas também imaterial, como mitos, comportamentos e ideologias (Cuche; Pereira; Gandra, 1999). Por isso, a literatura de cordel é vista como um produto cultural, por revelar e transmitir acerca de visão de mundo e cotidiano nordestino, ainda mais pelo próprio participante da realidade narrar suas experiências em forma de poesia, o poeta.

Entendida como cultura, a poesia popular do Nordeste, também pode se encaixar em uma "subcultura", uma vez que a definição do termo consiste na cultura feita por grupos sociais subalternos, como uma reprodução à cultura de elite (Cuche; Pereira; Gandra, 1999). O cordel nordestino se encaixa neste viés por ser produzido em sua maioria nas camadas populares, se desprendendo de diversos pontos da literatura culta, por exemplo. Porém, a poesia de cordel não pode ser compreendida totalmente por este entendimento, por possuir seus próprios símbolos e especificidades em suas produções e não uma mera reprodução de produtos da elite:

> As culturas populares revelam-se, na análise, nem inteiramente dependentes, nem inteiramente autônomas, nem pura imitação, nem pura criação. Por isso, elas apenas confirmam que toda cultura particular é ruma reunião dos elementos originais importados, de invenções próprias e de empréstimos (Cuche; Pereira; Gandra, p. 149).

Além disso, a subcultura possui a característica da revolta, luta e resistência das classes populares, se opondo à dominação cultural, uma vez que a cultura popular, possui menor difusão e respaldo que as culturas de elite. Dentro disso, a poesia popular, por fazer parte de grupos minoritários das camadas da sociedade, costumava ser atrelada à um

produto cultural inferior, com linguagem “mais simples”, por utilizar vocabulário do cotidiano e nem sempre obedecer às normas cultas da língua portuguesa.

Mas essa classificação da literatura popular que a classifica como inferior pode ser considerada como errônea, afinal, a poesia popular possui uma bagagem cultura simbólica expressiva da região e caráter próprio de linguagem local, tornando-a como um produto cultural único: “Há no folheto popular, um verdadeiro relaxamento na forma, despreocupação de estilo, denotando ausência de intuito estético, repetições, a própria rima não obedece a uma precisão técnica” (Campos, 1977, p. 12). A rima e construção de cordel possui sua própria precisão técnica, que pode se misturar a regras tradicionais.

Então, o que viria a ser uma conceituação adequada para a poesia popular? Ribeiro (1987), a define como uma literatura munida de saberes, tradições e memórias populares, que são manifestadas não só na forma escrita, mas também no formato oral. Outro conceito sobre a poesia popular é pautado por um dos maiores nomes da literatura de cordel do Nordestino, Patativa do Assaré:

> Eu sou um poeta popular, porque nunca estudei literatura. A poesia em forma literária, a poesia erudita, é pra aqueles grandes, é para os literator, esses poetas grandes, que estudaram, não sei o quê, bababá, e eu, para provar que, mesmo sem o estudo, eu faço o que eu quero, porque Deus é quem quer, não sou eu, aí eu faço verso também assim em forma erudita (Assaré; Feitosa, 2001, p. 39).

Além desses pontos, a poesia popular nordestina é entendida como sendo de origem coletiva, a partir da memória e saber regional, a posicionando novamente como um produto cultural. Ela é democrática, vendida em feiras, distribuídas em praças, possui apresentações em roda e abre participação para os próprios ouvintes. A leitura é em conjunto, o poeta recita seus versos lendo-os ou os improvisando. O caráter democrático também aparece na própria linguagem, que é facilmente compreendida pelo público, gerando aproximação e identificação. Não há uma linguagem rebuscada, difícil, que muitos podem não entender. O próprio povo escreve e declama para o povo.

Visto isso, é muito comum que os poetas populares sejam vistos como representantes do povo, por explanarem a realidade vivida e fazerem denúncias sociais e claro, por viverem a realidade que cantam em seus poemas (Ribeiro, 1987). Abaixo, como exemplo, o poema de Patativa do Assaré “Prefeito sem prefeitura” expõe uma crítica política à cidade:

> Nesta vida atroz e dura
> Tudo pode acontecer,
> Muito breve há de se ver
> Prefeito sem prefeitura;
> Vejo que alguém me censura
> E não fico satisfeito,
> Porém, eu ando sem jeito,
> Sem esperança e sem fé,
> Por ver no meu Assaré.
> Prefeitura sem prefeito (Portela, 2006, p. 25).

Nesta obra, Patativa faz uma crítica direta à prefeitura da sua cidade, menciona que há uma certa censura e que a situação está tão complicada que destruiu sua fé e esperança. Tais discursos são valiosos para o povo, por conseguirem ter uma voz que represente suas necessidades. O poeta cearense carrega esse lado não só pelas denúncias em formas de poema, mas por viver essa realidade, fazendo parte da própria classe a qual ele clama por direitos. Tal fato na poesia de Patativa, é explicitado na reflexão de Marcuse: "A classe trabalhadora é o sujeito potencial da revolução" (Marcuse, 1973, p. 45).

Visto isso, o próprio sujeito potencial da revolução consegue colocar a voz do povo em evidência. Por isso, a poesia de Patativa se encaixa no conceito de "arte política" refletido por Marcuse:

> [...] o conceito de "arte política" é monstruoso e a arte por si nunca poderia cumprir essa transformação, podendo, entretanto, liberar a percepção e a sensibilidade necessitadas para a transformação. E, uma vez uma mudança social houvesse ocorrido, a arte, forma da imaginação, poderia guiar a construção da nova sociedade (Marcuse, 2000, p. 265).

Mas além da luta de classes e ideologia política discutida fortemente na poesia popular, é válido ressaltar que o cordel também carrega traços íntimos e pessoais, que exibem suas próprias subjetividades, utilizando-se também de figuras de linguagem e construções complexas de lirismo e metáforas, muito conhecidos na literatura culta (Ribeiro, 1987).

No poema "A morte de Nanã", Patativa narra o momento do falecimento da sua filha, utilizando para isso diversos aspectos da linguagem poética, não só colocando nas estrofes seus sentimentos, mas também metáforas e figuras de linguagem. Ele compara a sua tristeza pela morte da filha com um candieiro vazio, uma tocha que se apaga e fica na escuridão. Ao mesmo tempo, os olhos da menina são comparados a luz que se apaga aos poucos, representando o momento em que ela se vai e que a família presencia a cena:

> Daqueles óio tão lindo
> Eu via a luz se apagando
> E tudo diminuindo.
> Quando eu tava reparano
> Os oínho da criança,
> Vinha na minha lembrança
> Um candieiro vazio
> Com uma tochinha acesa
> Representando a tristeza
> Bem na ponta do pavio (Portela, 2006, p. 147).

Assim como no poema acima, a poesia de Patativa carrega o lírico, mas sem deixar de lado a oralidade, a marca nordestina e popular. Um dos seus livros é intitulado “Ispinho e Fulô”, pois segundo o poeta: “É porque a vida de cada um, tem dores e prazeres [...] Não há quem tenha uma vida só de sofrimentos e nem uma vida só de prazeres. É ispinho e fulô” (Assaré; Feitosa, 2001, p. 35). Ou seja, a riqueza deste produto cultural perpassa por regionalidade, “causos”, denúncia social e é capaz também de possuir lirismo:

> [...] o lirismo da poesia de cordel é raro, mas nem por isso inexistente, havendo mesmo muitas composições permeadas de imagens, comparações, evocações, lamentos, expressões do lirismo mais puro. É o que acontece quando o poeta num nostálgico soluço, canta a desolação da terra abrasada pela seca (Ribeiro, 1987 p. 78).

Assim, visto os elementos poéticos da literatura de cordel, é valido refletir também sobre o próprio produto físico em si, uma vez que o processo de produção dos livretos carrega simbolismo em suas etapas produtivas. Por mais que hoje em dia, a produção dos cadernos possuírem certa automação, muitos processos ainda são e foram em sua maioria manuais, com características artesanais. As ilustrações dos cadernos também são feitas à mão com xilogravuras, que possuem um processo detalhado, cavado na madeira à mão, lixado para manter o alto relevo das imagens. Depois, utilizando um rolo, a tinta é penetrada através do carimbo nas folhas do cordel, transformando-se em desenhos (Borges et al.,2004).

A xilogravura é tão característica da literatura de cordel, que ela se tornou intrínseca a ela. Ou seja, o estilo das ilustrações é diretamente relacionado aos livretos e até com a própria cultura nordestina (Machado, 1982). A comum que em peças publicitárias e campanhas de comunicação que tragam o Nordeste como tema, que a xilogravura seja utilizada. Abaixo temos um exemplo de um cordel com xilogravura:

Figura 1 – Cordel com capa em xilogravura



Fonte: Xilogravura de Luis Karimai

Atualmente, existem também as “xilogravuras digitais”, em que o estilo da arte é reproduzido em formato digital para cordéis, campanhas publicitárias e demais tipos de ilustrações. Há também a adaptação de obras brasileiras que não fazem parte da cultura nordestina e até obras internacionais que se utilizam do formato do cordel, se apropriando de elementos da cultura do Nordeste. A capa do livreto é em estilo das ilustrações de xilogravura, bem como as ilustrações internas, mesmo que não tenha sido feito do modo manual. Abaixo é possível visualizar uma adaptação do livro “Pequeno Príncipe”, porém com elementos da ilustração em xilogravura. Além disso, o livro é construído em um único poema com a construção técnica típica da poesia popular nordestina:

Figura 2 – Adaptação do clássico “Pequeno Príncipe em Cordel”



Fonte: Tupynanquim Editora

Visto isso, entende-se que para estudar a literatura de cordel não é possível considerar apenas o conteúdo escrito, mas também o próprio meio como mensagem, seu contexto e sua produção (Vasquez, 2008). Além do texto escrito, seu contexto, folheto físico em si, na poesia popular nordestina a técnica de memorização e improviso está muito presente, principalmente antigamente, no início da sua difusão, alguns poetas e poetisas eram analfabetos e semi analfabetos e utilizavam de forma prioritária a declamação para divulgarem seu trabalho (Cascudo, 1962). A declamação e improviso também é importante para democratizar o acesso à arte, para que todos aqueles que não podem acessar o conteúdo escrito, escutaram os poemas nas apresentações públicas:

> O cordelista é um historiador que descarta o distanciamento acadêmico em obediência aos ditames do coração, é um poeta que recusa a torre de marfim para sujar os pés no chão (...), é um ente literário cujas veias corre tinta de impressão e em cuja face as rugas profundas parecem espelhar os sulcos vigorosos das matrizes das xilogravuras (Vasquez, 2008, p. 13).

Ainda neste contexto da improvisação e declamação da poesia como falta de letramento, o próprio Patativa, poeta semi analfabeto, cita o analfabetismo da região e da época como um problema estrutural que era causado por falta de assistência dos governantes, uma vez que a maioria da população nordestina da época não sabia ler e escrever:

> [...] é também um grande abismo
> Do triste analfabetismo,
> Por falta de proteção (Assaré, 1978, p. 236).

Portanto, a partir dessa breve reflexão teórica, é notório que a poesia popular nordestina, bem como a literatura de cordel se manifesta como um produto cultural brasileiro muito relevante o qual revela aspectos históricos e vivências atuais do Nordeste. Assim, para além de conceituações teóricas e com a finalidade de encorpar a discussão, a seguir, será feito uma breve reflexão a respeito da vida e obra de Patativa do Assaré e sua contribuição à poesia popular.

PATATIVA DO ASSARÉ: VIDA E OBRA

Patativa do Assaré ou Antônio Gonçalves da Silva foi um poeta e agricultor cearense da cidade de Assaré, no sertão do Ceará. De família humilde, Patativa trabalhou na roça desde a sua infância, enfrentando uma realidade de fome e seca. Porém, para além das vivências do trabalho braçal, sua infância também foi marcada pela poesia popular:

> Comecei a fazer versinhos desde aquele tempo. Sim, a partir do cordel. Porque eu vi o que era mesmo poesia. Aí, dali comecei a fazer versos. Em todos os sentidos. Com a diferença dos outros poetas, porque os outros poetas fazem é escrever. E eu não. Eu faço é pensar e deixar aqui na minha memória. Tudo o que eu tenho, fazia métrica de ouvido. Só de ouvido, mas era bonita [...] a base era a rima e a medida. A medida do verso, com a rima, tudo direitinho. Aí, quando eu peguei o livro de versificação de Olavo Bilac e Guimarães Passos, aí eu melhorei muito mais. Eu já tinha de ouvido, porque já nasci com o dom, não é? (Assaré; Feitosa, 2001, p. 39).

Outra característica do cearense que fica muito latente em suas poesias é o amor pela sua terra, que é fortemente exaltado em suas obras: “Vivo dentro do sertão, e o sertão dentro de mim. Adoro as suas belezas que valem mais que as riquezas dos reinados de Aladim” (Assaré, 1978, p. 21). Na maioria dos seus poemas ele deixa o amor por sua região escapar em rimas, mas não é o seu único foco

Os temas discutidos em suas poesias vão desde a vida cotidiana no sertão, ao orgulho nordestino, histórias da sua família, natureza e suas angústias humanas. Como caraterísticas, é possível notar em suas poesias, a presença de expressões da região, divisão por estrofes, rimas e improvisação. Abaixo um exemplo de poema que exibe sua estrutura técnica poética e o entusiasmo e carinho pelas belezas naturais da sua terra:

> Tem muita beleza minha boa terra,
> Derne o vale à serra, da serra ao sertão.
> [...] Sou dos verde mare da cor da esperança
> Que as água balança pra lá e pra cá (Assaré, 1978, p. 322).
>
> [...] Das fulô dentro da mata,
> E se o dia a porta tranca,
> Traz a noite a lua branca
> Cobrindo a terra de prata
> [...] eu conheço e não estranho,
> Derne menino eu me acho
> Presionêro dos banho
> Das água dos teus riacho (Assaré, 1978, p. 241).

Ao ganhar mais notoriedade na sua cidade, Patativa começou a publicar suas obras no Correio do Ceará, um jornal tradicional da região. Depois, publicou seu primeiro livro em 1956 e nos anos seguintes, o poeta publicou mais obras, sendo as mais populares “Canto de lá que eu canto cá” e “Ispinho e Fulô”. Pelo fato de Patativa do Assaré ter obras ricas de grande representatividade e simbolismo nordestino, ele é considerado um dos representantes do Sertão. Por isso, a publicação dos seus livros foi realizada por admiradores das suas obras.

Através das poesias de Patativa é possível compreender diversos aspectos culturais da região, por ele narrar histórias do cotidiano sertanejo, tradições religiosas, problemas sociais e climáticos, utilizando para isso personagens fictícios, inspirados em pessoas reais e até elementos autobiográficos: “[...] nos permitem compreender melhor os valores fundamentais do sertanejo através das personagens encenadas” (Assaré, 2001, p. 24). Em “Coisas do meu Sertão” é possível perceber diversos aspectos regionais, bem como temáticas sociais exploradas:

> Caboclo roceiro das plagas do norte,
> Que vives sem sorte, sem terras e sem lar,
> A tua desdita é tristonho que canto
> Se escuto o teu pranto, me ponho a chorar
> Ninguém te oferece um feliz lenitivo,
> És rude, cativo, não tens liberdade.
> A roça é teu mundo e também sua escola.

Teu braço é a mola que move a cidade.
De noite, tu vives na tua palhoça.
De dia, na roça, de enxada na mão,
Julgando que Deus é um pai vingativo,
Não vês o motivo da tua opressão (Assaré, 1978, p. 100).

Neste poema, o autor fala diretamente com o caboclo roceiro, gerando grande identificação e proximidade com o público, além do vocativo, o poeta descreve uma realidade que pode facilmente ser também a do leitor, pois além de vivida pelo poeta é a vida do seu povo. Mas além de gerar identificação, a poesia é provocativa, clama por justiça, e faz uma denúncia social de uma realidade triste. Tudo isso utilizando sua própria linguagem, sem se preocupar com a linguagem culta: "O denominador comum para o radicalismo deslocado na revolução cultural é o anti-intelectualismo" (Marcuse, 1973, p. 119).

A relevância de Patativa se dá tanto pela obra quanto pela sua vida. Afinal, o poeta só canta o que ele vivencia e o que ele vê ao seu redor. Ou seja, por mais que outro poeta tente descrever o sertão e expor seus acontecimentos com técnicas semelhantes, não poderá ser igualado porque a fala e a escrita estará deslocada da realidade. O próprio Patativa falou disso em um dos seus poemas:

[...] Pra gente cantá o sertão,
Precisa nele morá,
Tê armoço de fejão
E a janta de mucunzá,
Vivê pobre, sem dinhêro,
Trabaiando o dia intêro,
Socado dentro do mato,
De apragata currelepe.
Pisando inriba do estrepe,
Brocando a unha-de-gato (Assaré, 1978, p. 24).

Dentro disso, a denúncia vem de alguém que vive na pele tal realidade, possibilitando dar voz às pessoas que normalmente não têm espaço ou alcance expressivo de manifestação. Ou seja, Patativa vai na contramão disso e cria uma arte coletiva que representa não só ele, mas muitos outros sujeitos, mesmo sem estudos formais, ela desafia o sistema:

[...] Se aí você teve estudo,
Aqui, Deus me ensinou tudo,
Sem de livro precisá
Por favô, não mêxa aqui,
Que eu também não mexo aí,

Cante lá, que eu canto cá

[...] Você é muito ditoso,
Sabe lê, sabe escrevê,
Pois vá cantando o seu gôzo,
Que eu canto meu padecê.

[...] Repare que a minha vida
É diferente da sua.
A sua rima polida
Nasceu no salão da rua.
Já eu sou bem diferente,
Meu verso é como a semente
Que nasce em riba do chão;
Não tenho estudo nem arte,
A minha rima faz parte
Das obras da criação

[...] Pra gente aqui sê poeta
E fazê rima compreta,
Não precisa professô;
Basta vê no mês de maio,
Um poema em cada galho
E um verso em cada fulô (Assaré, 1978, p. 25).

Na região do Ceará, Patativa é um nome forte e muito lembrado, sendo exaltado em sua arte com memoriais, museus, estátuas, quadros e diversas outras homenagens. Em 2002, aos 93 anos de idade, Patativa faleceu deixando o legado de representar o sertão simbolicamente, de forma política cultural e social, contribuindo com toda a população sertaneja e agricultora do Ceará através da arte.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir do estudo e revisão do material bibliográfico estudado aqui neste artigo, é possível notar que a linguagem poética além de complexa em sua estrutura, evoca interpretações dentro de cada subjetividade do leitor, aumentando seu grau de complexidade.

Somado a isso, a poesia popular, especificamente a literatura de cordel, apresenta mais um universo a parte de simbologia, que perpassa entre a expressão de angústias próprias, alegrias, reflexão da natureza, subjetividades, explanação da cultura, costumes, ideologia social e política (Ribeiro, 1987).

Além disso, o cordel não pode apenas ser entendido como um produto artístico, mas um meio de comunicação alternativo, que possui certo alcance para seu público, fazendo denúncias, propagandas gerais ou políticas, contando histórias e demais assuntos de

interesse da população local. Uma vez que "[...] as culturas populares são culturas de contestação" (Cuche; Pereira; Gandra, 1999, p. 149).

Dessa forma, percebe-se que a poesia popular em sua totalidade se confunde com a própria definição de o que viria ser a cultura. Afinal, ela contém a produção de linguagem, pauta a respeito de religião, trabalho, cita a culinária da região, lazer, rituais sociais e diversos aspectos que demonstram-a como sendo:

> [...] entendida como produção e criação da linguagem, da religião, da sexualidade, dos instrumentos e das formas do trabalho, das formas da habitação, do vestuário e da culinária, das expressões de lazer, da música, da dança, dos sistemas de relações sociais, particularmente os sistemas de parentesco ou a estrutura da família, das relações de poder, da guerra e da paz, da noção de vida e morte (Chauíĺ, 2008, p. 57).

Assim, a literatura de cordel se mostra veemente não só como um verdadeiro produto cultural brasileiro, mas como um produto cultural que reverbera a sociedade nordestina socialmente e politicamente. Tanto é que sua relevância ultrapassa fronteiras, indo além da literatura brasileira e servindo como inspiração e modelos de construção de obras internacionais no formato de cordel, utilizando rimas e imagens no estilo da arte da xilogravura.

Por fim, mesmo após muitos anos da morte de Patativa do Assaré ele é lembrado como símbolo cultural e político do Sertão, um exemplo de amor pela sua terra, respeito e admiração por todos os sertanejos e sertanejas nordestinos do Brasil:

> Eu sou de uma terra que o povo padece
> Mas nunca esmorece, procura vencê,
> Da terra adorada, que a bela caboca
> De riso na boca zomba no sofrê.
> Não nego meu sangue, não nego meu nome,
> Olho pra fome e pergunto, o que há?
> Eu sou brasilêro fio do Nordeste,
> Sou cabra da peste, sou do Ceará (Assaré, 1978, p. 322).

No poema acima, é possível perceber muitos dos elementos discutidos aqui neste artigo, pode-se ver o lirismo poético, o orgulho de Patativa por sua terra, a linguagem de cotidiano da região, a denúncia social ao explanar sobre a fome e padecimento. Patativa segue, mesmo após sua morte, forte com seu legado e representação imensurável para os nordestinos.

REFERÊNCIAS

ARANTES, A. A. **O trabalho e a fala: estudo antropológico sobre os folhetos de cordel.** Rio de Janeiro: Editora Kairós, 1982.

ASSARÉ, Patativa. do. **Cante lá que eu canto cá**. Rio de Janeiro: Editora Vozes, 1978.

ASSARÉ, Patativa. do. **Patativa do Assaré: uma voz do Nordeste**. São Paulo: Hedra, 2001.

ASSARÉ, P. do; FEITOSA, L. T. **Digo e não peço segredo**. São Paulo: Escrituras, 2001.

BORGES, J. et al. **A arte de J. Borges: do cordel à xilogravura**: Centro Cultural Banco do Brasil, 2004.

CAMPOS, R. C. Ideologia dos poetas populares do Nordeste. **Ciência e Trópico,** 1977. v. 5.

CANTEL, R. M.; CLÉMENT, J.-P.; LEMAIRE, R. **A literatura popular brasileira,** 1993.

CASCUDO, L. da C. **Dicionário do folclore brasileiro**. Rio de Janeiro: Instituto Nacional do Livro. Ministério da Educação e Cultura, 1962. v. 1.

CHAVEIRO, F. A.; CASTORINO, B. A.; BORGES, R. M. R. **Espaço, sujeito e existência.** Goiânia: Editora da PUC Goiás, 2016.

CUCHE, D.; PEREIRA, M. S.; GANDRA, F. **A noção de cultura nas ciências sociais. Lisboa:** Fim de Século, 1999.

DURAND, G. **As estruturas antropológicas do imaginário: introdução à arquetipologia geral.** São Paulo: Martins Fontes, 1997.

MACHADO, F. d. C. **Cordel: xilogravura e ilustrações.** [S.l.]: Editora Codecri, 1982.

MARCUSE, Herbert. **Contra revolução e revolta**. Rio de Janeiro: Editora Zahar, 1973.

MENDONÇA, Maria Luisa Martins de. **Mídia e diversidade cultural**. Casa das Musas: 2013

PIGNATARI, D. **O que é comunicação poética**. São Paulo: Ateliê Editorial, 2005.

RIBEIRO, L. T. **Mito e poesia popular**. Rio de Janeiro: FUNARTE, Instituto Nacional do Folclore, 1987.

SODRÉ, M. **As estratégias sensíveis: afeto, mídia e política**. Rio de Janeiro: Mauad Editora Ltda, 2006.

TODOROV, T. **As estruturas narrativas**. São Paulo: Editora Perspectiva, 1969. v. 14.

VASQUEZ, P. A. **O universo do cordel**. Recife: Instituto Cultural Banco Real, 2008.

VILLA, Marco Antonio. **Vida e Morte no Sertão**. Goiânia: Ática, 2001.

A autora é responsável fidedignidade dos dados apresentados.

JORNALISMO NARRATIVO: TRANSMÍDIA E OUTROS MEIOS COMO POSSIBILIDADE EM UM CONTEXTO DE CRISE

Mariana Brito Xavier[1]
Nilton José dos Reis Rocha[2]
Güinewer Inaê Bueno de Queiroz[3]

RESUMO

Este artigo realiza uma revisão bibliográfica sobre o papel exercido pelo Jornalismo Narrativo alinhado aos avanços tecnológicos, em um contexto de crise na imprensa. Por meio do diálogo com diferentes autores, trata da crise do jornalismo, a inserção do meio digital e transmidiático neste cenário e a relação histórica da narrativa na imprensa. Assim observando as possibilidades multimidiáticas que o Jornalismo Narrativo alcança na contemporaneidade.

Palavras-Chave: Jornalismo; narrativa; crise da imprensa; transmídia.

NARRATIVE JOURNALISM: TRANSMEDIA AND OTHER MEDIUMS AS A POSSIBILITY IN A CONTEXT OF CRISIS

ABSTRACT

This article executes a bibliographic review on the role played by Narrative Journalism updated to technological advances, in a context of crisis in the press. Through dialogue with different authors, it addresses the crisis of journalism, the insertion of digital and transmedia in this scenario and the historical relationship of narrative in the press. By so observing the multimedia possibilities that Narrative Journalism achieves in contemporary times.

Keywords: *Journalism; narrative; press crisis; transmedia.*

INTRODUÇÃO

A expressão “quarto poder” se refere à influência que o jornalismo supostamente tem sobre as outras três expressões de poder em uma democracia (Legislativo, Executivo e Judiciário). Dessa forma, o colocando como um serviço à disposição do interesse público. No entanto, segundo Kucinski (2005), a imprensa se caracteriza por contradições e embates internos em torno do que propõe em seus ideais e o que de fato apresenta ao público.

[1] Discente do curso de Jornalismo pela Universidade Federal de Goiás, e-mail: mariana.xavier@discente.ufg.br.
[2] Professor doutor do curso de Jornalismo da Universidade Federal de Goiás, email: niltin@ufg.br.
[3] Mestranda e bolsista da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Capes, Universidade Federal de Goiás (UFG), e-mail: guinewerinae@discente.ufg.br.

Enquanto o jornalismo se apresenta como uma mídia livre, plural e diversa, o que ocorre na contemporaneidade segundo o autor é o acorrentamento da prática jornalística à influência neoliberal, a uniformização dos textos e o monopólio da informação.

> Enquanto uma fábrica de sabonetes, pelas leis antimonopolistas, não pode ter mais de 40% do mercado, as empresas de comunicação de massa, cruciais na formação da democracia no Brasil, violam tranquilamente a lei e chegam a altas concentrações no mercado. (Kucinski, 2005, p. 119)

O produto jornalístico como mercadoria não é algo novo, é parte de uma construção feita ao longo do século XX e expandida no século XXI com a consolidação da era da informação. Por essa e outras razões dentro do desenvolvimento da prática dentro da sociedade, diversas discussões sobre sua atual condição são feitas nos meios acadêmicos. O que é chamado de "crise do jornalismo" pode ser entendida como os efeitos de diversos aspectos, entre eles queda de credibilidade e questões éticas.

Para além disso, é importante observar também o impacto causado pela evolução das tecnologias nos meios comunicacionais e na forma de absorção da mídia pelo público. Segundo Kucinski (2005), a internet, hoje, é detentora de quatro funções principais para os meios de comunicação: a transmissão da informação, elaboração de mídia, ferramenta de trabalho e memória. As novas relações formadas entre os usuários e a internet, portanto, como este artigo visa introduzir, também afetam as relações entre os indivíduos e o jornalismo.

Essas possibilidades influenciam não apenas o modo de elaboração e compartilhamento de informações dos grandes polos comunicacionais, mas também influencia a forma que o grande público recebe e responde a esse conteúdo. Com esse papel ativo do receptor na busca por novas informações, através dos multimeios disponibilizados pelas novas formas de tecnologia, se mostra próximo ao conceito de *convergência* proposto por Jenkins (2008) que visa discutir as novas relações existentes entre os usuários e as mídias digitais. Nesse sentido, este trabalho busca, por meio de uma revisão bibliográfica, entender as possibilidades do Jornalismo Narrativo, em um cenário de crise da imprensa, mas também de avanços tecnológicos que viabilizam novas formas de construção de narrativas jornalísticas por meio da integração multimídia e transmídia.

Importante para a compreensão da tradição narrativa do jornalismo brasileiro, observar o contexto histórico da imprensa no Brasil que, desde seu nascimento tem

momentos de aproximação e distanciamento com determinadas práticas literárias. Nesse sentido, Felipe Pena (2006), explica que não se trata de exibir textos da literatura nos jornais, mas sim de potencializar as práticas jornalísticas por meio de elementos literários.

> O jornalista literário não ignora o que aprendeu no jornalismo diário. Nem joga suas técnicas narrativas no lixo. O que ele faz é desenvolvê-las de tal maneira que acaba constituindo novas estratégias profissionais. Mas os velhos e bons princípios da redação continuam extremamente importantes, como, por exemplo, a apuração rigorosa, a observação atenta, a abordagem ética e a capacidade de se expressar claramente, entre outras coisas. (Pena, 2006, p. 6-7)

A partir desses conceitos, portanto, é necessário observar como essa narrativa aprofundada dos acontecimentos cotidianos conversa com a relação histórica entre jornalismo e literatura. Entendendo como este contexto pode ser pareado com a condição do jornalismo na contemporaneidade. Além de observar as alternativas presentes nessa dinâmica através das possibilidades de interatividade multimeios entre narrativa, público e ferramentas digitais.

O JORNALISMO CONTEMPORÂNEO, A CRISE E A INTERNET

Nos dias atuais, como descreve Dravet (2013), as pessoas não querem apenas se informar, querem saber. As rápidas mudanças nos meios de informação fazem com que a relação entre as pessoas e as notícias mudem também o tempo todo, de formas até difíceis de serem acompanhadas por meios que existem há séculos. E isso, segundo a autora, corresponde a aspectos que ultrapassam a mera informação, “o saber contém também as delicadas dimensões da sensibilidade, da emoção e da sabedoria que não estão presentes na informação em sentido estrito” (Dravet, 2013, p.77).

Luiz Gonzaga Motta (2004), defende que, mesmo em um texto como o de notícias, há um caráter narrativo em sua construção. Para ele, o texto informativo se configura enquanto um ato político, pois se ajusta a um mundo externo que é empiricamente vivenciado pelo outro, a fim de comunicar uma informação. Nesse processo de ajustar ao mundo contemporâneo, o texto jornalístico se molda enquanto uma narrativa da sociedade. Afinal, ele utiliza fragmentos de uma história para interpretar as relações e ações humanas, bem como interpretar a realidade. Entretanto, a significação dos fatos narrados nas páginas de jornal depende da recepção do leitor, “é na imaginação dos leitores que se constrói a fabulação (moral e ética) dos fragmentados eventos diários.” (Motta, 2004, p. 16-17)

Dessa forma, Motta (2004) trabalha o papel participativo do leitor que recebe esse fragmento de história e é responsável por preencher as lacunas com base em sua experimentação empírica. A partir disso, o texto noticioso, em sua essência, permite uma participação ativa do leitor na construção de sentido completo. Essa participação ativa do receptor em busca de maiores informações de uma construção narrativa, dialoga com a ideia de convergência defendida por Jenkins (2008). Todavia, enquanto este trabalha a ideia de convergência em um universo digital de multimeios, a participação ativa do receptor trabalhada por Motta é intrínseca à construção do texto noticioso, mesmo em veículos tradicionais.

Observa-se, portanto, a noção de que a notícia é a "unidade básica de informação do jornalismo" (Genro Filho, 1987, p. 210). Nesse modelo nuclear de texto jornalístico, a hierarquização das informações tidas como principais por meio do modelo do *lead*[4] faz sentido para um sistema de organização das informações a serem apresentadas. Contudo, esse modelo não deveria restringir ou engessar o trabalho do profissional da comunicação. Luiz Martins (2010 apud Santos, 2016) diz que o que garante a qualidade de um texto jornalístico é o seu valor agregado. Portanto, para além dos fatos essenciais apresentados (o quê; onde; como; por que; quando), deve-se incorporar itens como contextualização, apresentação de dados e utilidade pública. Se elevando desta forma à um valor que:,

> Desse modo a notícia adquiriria um valor duplo – valor-notícia mais valor-serviço – e, portanto, um valor agregado. O que se destaca da agregação de valor é que ela não é privada, e sim coletiva, o que segundo Martins "gera uma nova compreensão do papel da notícia e do papel do jornalista na sociedade: a socialização da informação, por sua vez transmutada em saber" (Martins, 2010, p.18 Apud Santos, 2016, p.6)

A lógica capitalista faz com que o jornalismo, visto enquanto um mercado, se crie em torno de paradoxos. Segundo Kucinski (2005), uma das contradições que contribuem para a crise da imprensa é justamente a dicotomia entre o que o jornalismo se propõe e o que ele atende. Para o autor, mesmo que o quarto poder se venda como essa mídia livre de amarras, imparcial e plural, ela ainda está sujeita a uma lógica neoliberal de mercado. O monopólio dos meios de comunicação faz com que o jornalismo, mesmo se colocando a serviço público, atenda a interesses privados.

[4] O lead corresponde ao início de uma notícia. São as principais informações daquele texto hierarquizadas pelo nível de importância para o entendimento daquele fato. Geralmente organizada em torno de cinco perguntas principais: o quê?, quando?, como?, onde? e por que?

Dessa maneira, alcança-se o último ponto do suposto fim do jornalismo tradicional: a crise ética. Além do fator mercadológico da profissão, Kucinski (2005), o jornalismo encontra outro desafio no que tange a ética: *a midiatização da sociedade*. Se antes o mercado da comunicação era gerido apenas e exclusivamente por grandes polos, hoje essa soberania informacional se desloca para as mãos de todos.

> Essas performances buscam competir com os discursos midiáticos, como uma forma de explicitar a necessidade de múltiplas narrativas. Novos atores sociais passam a buscar notoriedade nesses espaços de múltiplas possibilidades, despontando muitas vezes para um caos informativo – os jornalistas com isso tentam entender qual o seu papel nesta sociedade, no qual a mediação perde o seu valor e a função de difusor de informações está nas mãos do social. (Ribeiro, 2020, p.8)

Com isso, a busca pelo valor da *atualidade*, o "furo" jornalístico ganha um caráter utópico. Na corrida contra o tempo em que jornalistas, com redações cada vez mais esvaziadas e acúmulos de funções, buscam completar suas jornadas de trabalho, as diferentes formas de interação social mediadas pela tecnologia podem comprometer o trabalho de apuração. Hoje torna-se possível apurar uma determinada situação a distância, por exemplo, o que pode comprometer a checagem ética dos fatos. Além de tudo isso, com o advento da internet, o jornalismo, e a comunicação como um todo, passaram por uma drástica mudança: o leitor/receptor passa a ser, ele próprio, veiculador de informação e agente ativo no processo comunicacional:

> Isso porque anteriormente a essa mudança, as informações eram apenas representadas, de modo que o conteúdo ofertado era transmitido sem relações dinâmicas no processo comunicativo bem mais interativo na prática e ao ponto de se tornar uma via de mão dupla entre emissor e receptor na atualidade (Colombo; Varela; Biazotti, 2023, p.113)

O acelerado ritmo de vida das pessoas, somado à ascensão do universo digital, contribuíram para que 83% dos brasileiros utilizem a internet como forma de informação em detrimento aos modelos tradicionais de imprensa (Digital News Report, 2022). Desses, é válido ressaltar a veiculação de informação através das redes sociais que, com interfaces mais dinâmicas em um sistema de rolagem infinita, fazem com que as notícias ali compartilhadas sejam elaboradas com textos cada vez mais curtos, com uma quantidade limitada de caracteres e espaço de tela. Entretanto, as ferramentas disponibilizadas pelas redes sociais, permitem, por exemplo, que o receptor interaja diretamente com a notícia,

através de curtidas, compartilhamentos e até mesmo enviando, para a emissora, fotos e vídeos que ajudam no processo de construção de uma notícia e/ou reportagem.

Para Colombo, Varela e Biazotti (2023, p. 113) o emissor se torna um agente ativo fundamental no processo de comunicação e está disposto a acompanhar o fluxo eletrônico de informações. Para eles, o ator busca a informação e não apenas espera passivamente pela ação dos polos comunicacionais: "Sendo assim, podemos afirmar que não é o produto que circula, mas sim, encontra um sistema de circulação no qual é viabilizado e o alimenta." (Colombo; Varela; Biazotti; 2023, p. 117).

É nesse contexto de mudança na forma como os leitores interagem com os produtos jornalísticos em geral que o Jornalismo Narrativo se difere do modelo tradicional. Pois nessa maneira de produzir informação jornalística o método de criação e interação escapa do padrão modificado pela correria e das novas relações criadas pela internet. Há a possibilidade de elaborar grandes reportagens com valor social e olhar humanizado, garantindo, assim, uma visão mais ampla e complexa dos acontecimentos diários.

O JORNALISMO NARRATIVO E A TRADIÇÃO DE CONTAR HISTÓRIAS

Jornalismo e Literatura, em todas as suas semelhanças e diferenças, aproximações e afastamentos ao longo da história, partem de um núcleo essencial comum: a palavra. A relação intrínseca entre os dois se faz presente desde o surgimento da imprensa. Ainda nos séculos XVIII e XIX, muitos escritores trabalhavam em redações de jornal, com objetivo de divulgar os seus textos por conta da visibilidade que os veículos garantiam (Costa, 2015, p.40). Nesse sentido, nota-se uma influência da literatura no jornalismo e vice-versa, considerando sua origem como um lugar propício para o treinamento e surgimento de novos escritores. No Brasil, por exemplo, muitos autores consagrados da literatura também tiveram seus nomes gravados em páginas de jornal, como Machado de Assis, Graciliano Ramos, José de Alencar, Lima Barreto, Clarice Lispector e muitos outros.

No contexto de surgimento da imprensa no país, o jornalismo ainda era muito influenciado pela tradição francesa, que tinha seus textos marcados por um caráter opinativo e linguagem mais rebuscadas. A partir do século XX, no entanto, tem-se as primeiras experiências de reportagem, influenciadas pelo contexto do *naturalismo e realismo*[5] (Costa,

[5] Tendências literárias em que as obras são marcadas pela denúncia das mazelas sociais, pelo foco no homem e seu cotidiano e em uma linguagem mais simples e objetiva.

2015). Os movimentos difundiram ideais de maior simplicidade na escrita e a tendência a observar o cotidiano, com foco especial em problemas sociais, características que, ainda hoje, moldam o fazer jornalístico.

É nesse contexto que, contrariando o costume jornalístico da época - em que os textos publicados nos jornais se tratavam de crônicas, comentários e editoriais e os autores não deixavam o espaço da redação -, o jornalista brasileiro João Paulo Coelho Braga passa a circular pelas ruas e basear suas escritas nas coisas que observava na vida cotidiana. Conhecido como João do Rio, tornou-se o primeiro repórter citadino no início do século XX. Contudo, mesmo tendo se aproximado da figura do "repórter", como conhecemos hoje, João do Rio ainda se mantinha ligado à tradição francesa de jornalismo, tendo ficado conhecido como "cronista de rua". Carla Moraes (2022), explica que o termo muito utilizado na época se referia a um personagem componente das cidades, também conhecido como cronista de janela e flâneur pelos cariocas.

É possível observar que, mesmo com o distanciamento da tradição literária do jornalismo a partir do advento do modelo norte americano, que se intensificou na década de 1950, esse modo de narrar os fatos cotidianos foi fundamental para o desenvolvimento da prática jornalística no país. A revista *Realidades,* que começou a circular no país em 1966, é considerada um dos principais expoentes do estilo narrativo na escrita jornalística, justamente por sua aproximação com elementos literários. Segundo a autora Talita Duvanel (2009), o periódico se destacou com relação à mídia hegemônica na época, por seu caráter de aproximação com o público-leitor. Pois, através da narração aprofundada dos fatos, descrição detalhada de cenários e personagens, trouxe, ao leitor, uma experiência sensorial. Tudo o que o repórter experimentava no momento da apuração, tudo o que ele via, ouvia ou sentia, era descrito nas páginas da revista, o que aproxima o leitor da experiência vivida naquele acontecimento (Duvanel, 2009).

Para Pena (2006) essa nova-velha forma de jornalismo, não se trata estritamente de literatura. Os fatos são importantes, são eles que moldam a informação. O modelo tradicional de jornalismo, portanto, não seria abandonado ou esquecido, mas aprimorado. É importante salientar que, embora o jornalismo literário/narrativo tenha como proposta trazer uma abordagem mais ampla e profunda dos acontecimentos, isso também se trata de um recorte. A imparcialidade, valor tão almejado pela imprensa, é uma falácia. O que essa forma jornalística traz é a tentativa de contextualizar o fato de uma forma mais descritiva e

completa do que a quantidade limitada de caracteres exigidos atualmente pelas empresas de notícia permitiria, se tornando assim uma espécie de desafio.

A partir dessa noção, Pena (2006) defende novos valores essenciais para o jornalismo literário e o descreve como uma estrela de sete pontas. Essas pontas seriam: potencializar os recursos do jornalismo, ultrapassar os limites do acontecimento cotidiano, desenvolver uma visão ampla da realidade, cidadania, rompimento com o lead, ouvir fontes alternativas e perenidade. Conceitos não ignorados no jornalismo atual mas que dentro deste modelo devem ser ampliados.

A revista *piauí,* por exemplo, se ampara em alguns, senão todos, esses valores. O caráter narrativo dos textos e o amplo tempo de apuração são algumas das características principais da instituição. Além dela, é possível citar, ainda, o trabalho que jornalistas como Chico Felitti, autor de obras como: "*A casa: A história da seita de João de Deus*", livro publicado em 2020 e "*O Ateliê*", áudio-reportagem produzida no formato de *podcast* e publicado em 2024; ou Daniela Arbex, autora de livros-reportagem como "*Cova 312: A longa jornada de uma repórter para descobrir o destino de um guerrilheiro, derrubar uma farsa e mudar um capítulo da história do brasil*", vencedor do prêmio Jabuti em 2016.

É possível observar que essa forma narrativa de jornalismo nasce junto a imprensa brasileira, mas mesmo com enfraquecimentos e distanciamentos em determinados momentos históricos, ainda se mantém relevante para o cenário comunicacional do país, tendo um alto caráter de adaptabilidade frente às mudanças sociais. Considerando o novo cenário jornalístico brasileiro, graças às tecnologias e a presença constante da internet no dia a dia da população, é possível observar essa adaptabilidade em prática principalmente com a transformação de produtos de jornalismo narrativo escritos se tornando parte de outros tipos de mídia.

O JORNALISMO NARRATIVO E A TECNOLOGIA - PARTE I: O MODELO TRANSMIDIÁTICO

Os avanços tecnológicos trouxeram grandes transformações aos meios de comunicação. E, embora essas mudanças possam acarretar muitos desafios para as empresas e profissionais da área jornalística, elas também representam uma oportunidade para novas formas narrativas de jornalismo se criem. Dentro dessa fase tecnológica da sociedade, algumas novas discussões permeiam o campo de estudo do jornalismo,

principalmente devido às novas relações sociais estabelecidas entre objetos comunicacionais, tecnologias e os indivíduos que as utilizam. A ideia de uma narrativa transmídia, auxiliada por esses meios técnicos, se torna alvo de discussão por esse motivo.

> Nesse sentido, a narrativa transmídia no entretenimento, na comunicação mercadológica, no jornalismo ou na educação tem sido considerada uma possibilidade criativa de envolvimento do outro: os atores do processo comunicacional deixam de ser emissores e receptores e são considerados interlocutores e produtores de uma narrativa complexa. (Moraes; Santos, 2014, p. 22)

A adaptação do jornalismo noticiário para esse meio, considerando sua objetividade e factualidade, ligada ao lead e seu trabalho de informação mais direta, pode a princípio parecer difícil de se desenvolver em um meio transmidiático. A partir do conceito de *convergência* defendido por Henry Jenkins (2008), que diz respeito a uma transformação cultural, em que uma mesma história pode ser contada por meio de diversas formas comunicativas, como vídeo, texto e áudio, há a abertura para o entendimento de transmídia como gênero de produção. Jenkins apresenta então, dentro desse entendimento de transformação, a ideia de transmídia em que, em cada uma dessas formas de mídia, a narrativa deve apresentar novos fragmentos de uma mesma história ou universo. Portanto, não se trata de uma mera adaptação da mesma história para diferentes formatos, mas um complemento do que já foi dito.

Elizabeth Gonçalves Moraes e Marli dos Santos (2014), destacam vários pontos de vista sobre o jornalismo transmídia, entre eles aquele que acredita que apenas o jornalismo literário teria espaço dentro desse gênero. As autoras ainda consideram que há possibilidade de um exame mais aprofundado quando se trata do jornalismo "*hard news*" quanto a sua narratividade. No geral, segundo elas, "O jornalismo planeja a fragmentação de uma temática em diversas reportagens e/ou gêneros jornalísticos, que podem constituir relatos mais integrais, no sentido do potencial narrativo reclamado por alguns" (Moraes; Santos, 2014, p. 30) o que abre espaço para a transmidiação de seu conteúdo já que é da natureza da narrativa essa fragmentação e combinação de outros textos.

No contexto atual, a ideia de participação ativa defendida por Jenkins e discutida pelas autoras, em que o receptor deve interagir diretamente com o universo ou narrativa transmidiática buscando novas informações, conversa com o conceito de midiatização social. Afinal, retomando as ideias de Colombo, Varela e Biazotti (2023) trabalhadas previamente

neste artigo, o processo comunicativo, na atualidade, se forma a partir de uma relação mútua entre emissor e receptor. As autoras Moraes e Santos (2014) acentuam:

> No exercício da interatividade e da ética, da busca de envolver o outro como elemento fundamental do processo comunicacional, as experiências de narrativa transmídia podem significar inovação em termos de linguagem de um novo jornalismo, elaborado inclusive fora das salas de redação, mas com a responsabilidade e a credibilidade características do campo e do profissional do jornalismo. (Moraes; Santos, 2014, p. 32-33)

Tal interatividade é algo que João Canavilhas (2014) entende como capaz de não somente estimular participação social em torno da discussão de temas importantes, como também no compartilhamento de informação e hierarquização de tais temas. O autor então apresenta a interatividade como um dos elementos principais do jornalismo transmídia, entre eles: a hipertextualidade, ou seja, o ato de fazer links - digitais ou não - com outras mídias que compõe a informação; a multimidialidade, o uso de outros meios para contar a história, característica inerente da transmidialidade; e a contextualização, que garante o acesso e entendimento a narrativa de diversas formas por todos os indivíduos. Esse último, segundo o autor, garante que quem produz a narrativa transmidiática deve "estar adaptados aos possíveis contextos de recepção, sejam eles de cariz tecnológico (plataformas), geográfico ou relacionados com os ritos de consumo pessoal" (Canavilhas, 2014, p. 65).

Ford (2007, apud Alzamora; Tárcia, 2012) defende um conceito que por sua vez estabelece a narrativa transmídia no jornalismo como um conceito que visa a publicação de notícias em múltiplas plataformas, de modo a informar o leitor da melhor forma possível em um ambiente digital.

> O propósito de uma notícia transmídia é informar os leitores da melhor maneira possível, e utilizando uma combinação de formas de mídias para fazê-lo absorver a informação que faça sentido em um mundo no qual tais parcerias estão se tornando plausíveis em todas as plataformas de conteúdo, e a publicação na internet fornece os meios pelos quais se pode montar um pacote de texto, áudio, vídeo e imagens em uma cobertura de alcance global (Ford, 2007, apud Alzamora; Tárcia, 2012, p. 29).

O foco deste artigo não é propor uma forma de integração do jornalismo narrativo ao gênero transmídia, mas entender a discussão dentro deste tema que traz a forma narrativa e literária como forma inovativa e adaptável ao momento social atual em que as tecnologias e a internet se fazem tão presentes. Pretende-se então, demonstrar os debates das possibilidades que as diferentes plataformas digitais e midiáticas oferecem para a circulação

de informações e possibilidade de narrativas noticiosas. Sob essa perspectiva, é importante perceber que outras formas alternativas do uso do jornalismo narrativo que vem ganhando espaço no cenário jornalístico brasileiro se expandindo por outras mídias e se apropriando das tecnologias para tal.

O JORNALISMO NARRATIVO E A TECNOLOGIA - PARTE II: CENÁRIO BRASILEIRO

Dentro dessa expansão do jornalismo narrativo na contemporaneidade, é importante começar observando o fenômeno dos livros-reportagem e do jornalismo investigativo no país. Esses que além de estarem se popularizando no Brasil enquanto produto próprio, também abrem margem para que suas histórias sejam narradas de outras formas e em outros meios se adaptando ao que as novas tecnologias permitem. A exemplo disso, tem-se o livro *Holocausto Brasileiro*, de Daniella Arbex, que foi transformado em documentário em 2016, pela Vagalume Filmes e Brasil Distribution. Além dele, a jornalista que iniciou sua carreira no Tributo de Minas, vem se destacando no cenário nacional por seus textos que tratam em maior profundidade, de casos emblemáticos do Brasil. O livro *Todo dia a mesma noite*, trata do incêndio ocorrido na boate *Kiss* em 2013 e foi adaptado para o formato de minissérie pela produtora Morena Filmes e distribuído pelo serviço de *streaming* Netflix.

Compreende-se como uma narrativa ampla e aprofundada dos fatos, no mundo contemporâneo, permite novas formas de consumo do produto jornalístico. O avanço tecnológico do meio comunicacional para o audiovisual, por exemplo, abre espaço para essas novas formas narrativas. Além disso, a vivência multimídias, que garante que um mesmo assunto jornalístico seja abordado por diversos formatos, como vídeo, texto, fotografia, ilustração e áudio, aparece de forma a complementar a mesma linha narrativa como uma evolução tecnológica que trouxe grandes oportunidades para o meio comunicacional.

A reportagem "*Rastros da Loucura"*, publicada em 2021, por Luiz Araújo e Thauany Melo como Trabalho de Conclusão de Curso de graduação em Jornalismo da Universidade Federal de Goiás (UFG), também é um exemplo das possibilidades abarcadas por essas novas formas de tecnologia. Construída em um site próprio, a narrativa é dividida em capítulos não-lineares. A partir de botões interativos, o leitor abre a aba que deseja ler, e que conta tanto com o texto, como com ilustrações, arquivos de áudio dos entrevistados que se mesclam ao texto, vídeos e fotografias.

Observa-se o uso dos recursos tecnológicos disponíveis para a construção de uma narrativa que contemple, o máximo possível, a realidade do fato narrado no maior número de formatos possíveis. A popularização dos *podcasts,* por meio de plataformas de *streaming*, por exemplo, também é um fenômeno que se mostra digno de atenção. Esse tipo de formato, segundo Canavilhas (2014), permite algo chamado "interatividade de consulta" que garante ao indivíduo a opção de consumir só aquilo que o interessa da maneira e no momento que lhe for mais conveniente. Obras como *A mulher da casa abandonada* e *O caso das 10 mil*, produzidos pela Folha de São Paulo, contam casos emblemáticos da história do país, por meio de longas reportagens divididas em capítulos e, juntas, possuem mais de 150 mil avaliações positivas na plataforma *Spotify.*

Assim, esses produtos também seguem a ideia de convergência defendida por Jenkins, em que as evoluções tecnológicas são constantes e, portanto, não existe uma fórmula fixa de adaptação aos meios digitais e às alternativas que eles apresentam, as possibilidades são diversas. Portanto, os meios de comunicação deverão desenvolver "novas habilidades para controlar a informação, novas estruturas para a transmissão por meio desses canais, e novos gêneros criativos para explorar os potenciais dessas estruturas emergentes" (Jenkins, 2008, p. 93). Tomando em consideração o trabalho já feito pelo jornalismo narrativo que se apropria das características do da literatura, do trabalho de contar histórias ao invés de somente compartilhar informações, para desenvolver-se, interagir com novos leitores e adaptar-se a novos meios.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Observa-se que a crise que atualmente permeia o jornalismo não possui uma única e simples razão. Não só um problema mercadológico, ético ou de credibilidade, o momento conturbado enfrentado pelo jornalismo nos tempos contemporâneos também parte de uma questão social derivada das novas mudanças na forma como as pessoas interagem com a notícia. Isto graças a permanente presença da internet nas vidas dos indivíduos e do constante advento de novas tecnologias que causaram uma transformação na relação dos leitores com a notícia.

A narrativa, derivada da tradição da literatura que se mesclava com o jornalismo em seus primórdios, apresenta-se como um fenômeno a ser observado. Pois apesar da crise do

jornalismo tradicional, este se mantém e se adapta ao novo cenário, às novas relações entre o público e a informação e às novas tecnologias. Os valores narrativos defendidos por Pena (2006) como características do jornalismo literário, permeiam a imprensa desde sua origem, por conta da relação histórica com a literatura. Assim, o resgate desses antigos-novos valores jornalísticos, que se diferem ao hegemônico do jornal diário, tem sido uma estratégia adotada por determinados veículos e escritores como uma forma de conquistar o público.

No entanto, o advento das tecnologias faz com que mesmo esse resgate precise ser adaptado às novas formas de comunicação. Nesse contexto, o fenômeno da *convergência (Jenkins, 2008)*, como visto neste trabalho, ainda é palco de debates a respeito do seu conceito teórico e aplicação prática ao jornalismo, principalmente no que tange a adaptação de narrativas jornalísticas ao gênero de produção transmidiática. Ainda assim, a construção de narrativas aprofundadas e alinhadas aos avanços tecnológicos se faz possível ao jornalismo contemporâneo principalmente com a expansão do jornalismo narrativo para meios alternativos como o podcast e o streaming que garantem a interatividade com o consumidor.

REFERÊNCIAS

ALZAMORA, Geane; TÁRCIA, Lorena. Convergência e Transmídia: galáxias semânticas e narrativas emergentes em jornalismo. **Brazilian journalism research** - Volume 8 - Número 1 - 2012. Disponível em: <https://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/view/401>. Acesso em: 12 de out. de 2024.

ARAÚJO, Luiz; MELO, Thauany. **RASTROS DA LOUCURA**. Rastros da Loucura. 2021. Disponível em: <https://www.rastrosdaloucura.com/>. Acesso em: 29 out. 2024.

CANAVILHAS, João. Jornalismo Transmídia: um desafio ao velho ecossistema midiático. *In*: RENÓ, Denis; CAMPALANS, Carolina; RUIZ, Sandra; GOSCIOLA, Vicente (org.) **Periodismo transmedia: miradas múltiples**. Barcelona; Editorial UOC, 2014, p. 53-67. Disponível em: <https://www.researchgate.net/profile/Jorge-Hidalgo-Toledo/publication/331628231_Transmedialidad_e_hipertelevision_convergencia_tecnologica_y_empresarial_en_la_era_del_capitalismo_hip/links/5c8332c992851c695064101e/Transmedialidad-e-hipertelevision-convergencia-tecnologica-y-empresarial-en-la-era-del-capitalismo-hip.pdf> Acesso em: 12 de out. de 2024.

COLOMBO, Macri; VARELA, Ulysses; BIAZOTTI, Vinicius. Jornalismo e internet: evolução e perspectivas dos processos de circulação de notícias. **Revista do Programa de Pós-graduação em Comunicação Universidade Federal de Juiz de Fora**. UFJF, v. 17, n. 2, p. 108-124, mai./ago. 2023. Disponível em:

<https://periodicos.ufjf.br/index.php/lumina/article/view/39413>. Acesso em: 12 de out. de 2024.

COSTA, Lívia Cunto Salles da. **Jornalismo Literário:** História e experiências contemporâneas nos Estados Unidos e no Brasil. Monografia (Graduação em Comunicação Social/ Jornalismo) – Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ, Escola de Comunicação – ECO. Rio de Janeiro. 2015.

DRAVET, Florence Marie. Por um jornalismo latino-americano realista, literário e mágico: uma leitura das crônicas de Gabriel García Márquez. **Realidade Ficção**. Vol.20, Nº 01, p.73-85, 2013.

DUVANEL, Talita. **O texto com um parafuso a mais:** o jornalismo narrativo na Revista Piauí**.** Monografia (Graduação em Comunicação Social - Jornalismo). Universidade Federal do Rio de Janeiro, UFRJ, Escola de Comunicação - ECO. Rio de Janeiro. 2009.

GENRO FILHO, Adelmo. **O segredo da pirâmide:** (para uma Teoria Marxista do Jornalismo). Dissertação (mestrado) - Universidade Federal de Santa Catarina, Centro de Filosofia e Ciências Humanas. Programa de Pós-Graduação em Sociologia Política. Florianópolis, SC. 1987.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. Tradução: Susana Alexandria. São Paulo: Aleph, 2008.

KUCINSKI, Bernardo. **Jornalismo na era virtual: Ensaios sobre o colapso da razão ética**. São Paulo: Editora Unesp, 2005.

MORAES, Carla Roselma Athayde. **A crônica jornalística brasileira em João do Rio**. RUA, Campinas, SP, v. 28, n. 1, p. 283–294, 2022. DOI: 10.20396/rua.v28i1.8670298. Disponível em: https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/rua/article/view/8670298. Acesso em: 5 de out. 2024.

MORAES, Elizabeth Gonçalves; SANTOS, Marli dos. O Jornalismo como narrativa transmídia: reflexões possíveis. *In*: RENÓ, Denis; CAMPALANS, Carolina; RUIZ, Sandra; GOSCIOLA, Vicente (org.) **Periodismo transmedia: miradas múltiples**. Barcelona; Editorial UOC, 2014, p. 21-34. Disponível em: <https://www.researchgate.net/profile/Jorge-Hidalgo-Toledo/publication/331628231_Transmedialidad_e_hipertelevision_convergencia_tecnologica_y_empresarial_en_la_era_del_capitalismo_hip/links/5c8332c992851c695064101e/Transmedialidad-e-hipertelevision-convergencia-tecnologica-y-empresarial-en-la-era-del-capitalismo-hip.pdf> Acesso em: 12 de out. de 2024.

MOTTA, Luiz Gonzaga. Jornalismo e configuração narrativa na história do presente. In: **E-Compós - Resvista da Associação Nacional de Programas de Pós-graduação em Comunicação**, v.1, 2004. Disponível em: <https://e-compos.emnuvens.com.br/e-compos/article/download/8/9>. Acesso em: 11 de out. de 2024.

PENA, Felipe. O jornalismo Literário como gênero e conceito**.** In.: Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. **Anais eletrônicos** [...], Rio de Janeiro, 2006. Disponível em: <https://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/77311256385591019479200175658222289602.pdf> Acesso em: 01 de out. de 2024.

RIBEIRO, Fernanda Al Alam. Ética Jornalística**:** Da Ética da Objetividade a Ética Autoreferencial. In: Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação,XLIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. **Anais eletrônicos** [...] Universidade do Vale do Rio dos Sinos, 2020, São Leopoldo, RS. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/nacional2020/resumos/R15-2220-1.pdf> Acesso em: 09 de out. de 2024.

REUTERS INSTITUTE. **Digital News Report 2022**. University of Oxford, 2022. Disponível em: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2022>. Acesso em: 10 de out. de 2024.

SANTOS, Ébida Rosa do. Um Ensaio Sobre Lead e Qualidade no Jornalismo. In: Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. **Anais eletrônicos** [...] São Paulo , SP, 2016. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/nacional2016/resumos/R11-1977-1.pdf> Acesso em: 09 de out. de 2024.

O(s) autor(es) é(são) responsável(is) pela fidedignidade dos dados apresentados.



GT6

TEORIA, DISCURSO E ÉTICA DA COMUNICAÇÃO

BLIU: REFLEXÕES COMUNICACIONAIS SOBRE A LINGUAGEM EM USO

Luiz Eduardo Krüger Dias[1]
Luiz Antônio Signates[2]

RESUMO

O texto utiliza a invenção da palavra “bliu”, na websérie humorística “Falha de Cobertura” (FdC) para refletir sobre linguagem e comunicação. A questão central do artigo é: pode um significante existir sem significado? A partir da criação de "bliu", discute-se o papel dos signos linguísticos e da convenção social na criação de sentido na linguagem. Conclui-se que o ato de nomear não é um problema linguístico nem filosófico, mas comunicacional.

Palavras-chave: Significação; Nomeação; Comunicação.

BLIU: COMMUNICATIONAL REFLECTIONS ON LANGUAGE IN USE

ABSTRACT

The text uses the invention of the word "bliu" in the humorous web series "Falha de Cobertura" (FdC) to reflect on language and communication. The central question of the article is: can a signifier exist without a signified? Based on the creation of "bliu," the role of linguistic signs and social convention in the creation of meaning in language is discussed. It concludes that the act of naming is neither a linguistic nor a philosophical problem, but a communicational one.

Keywords: Significação; Nomeação; Comunicação.

INTRODUÇÃO

O “Falha de Cobertura” (FdC) é uma web série humorística esportiva, com foco principal na cobertura futebolística, transmitido pelo YouTube[3] e produzido pela produtora audiovisual TV Quase[4]. O FdC é ancorado pelo ex-jogador de futebol profissional Craque Daniel (Daniel Furlan), e comentado pelo jornalista e professor Cerginho da Pereira Nunes (Caito Mainier). Os dois tecem seus comentários e fazem as análises de jogos de futebol nacional e internacional – e ocasionalmente de outros esportes – construindo sentidos humorísticos a partir da sátira, do absurdo e da ironia em seu programa na web.

[1] Mestre, Universidade Federal de Goiás, luiz.krugerd@gmail.com.
[2] Doutor, Universidade Federal de Goiás, signates@ufg.br.
[3] O Canal reúne, em setembro de 2024, quase 137 milhões de visualizações. https://www.youtube.com/tvquase.
[4] Produtora fundada em Vitória (ES) em 2009 e que tem como principais nomes Daniel Furlan, Juliano Enrico, Caito Mainier, Raul Chequer, Leandro Ramos, David Benincá e Pedro Leite (RODRIGUES, 2018).

Na temporada do FdC dedicada à cobertura dos Jogos Olímpicos de Verão de Tóquio 2020[5], o professor Cerginho da Pereira Nunes, ao ouvir os nomes dados às manobras de skate – modalidade que foi disputada pela primeira vez em olimpíadas nesta edição dos jogos –, percebe que, por serem nomes em inglês, ele desconhece os termos. A partir da ingenuidade que marca o personagem, ele presume que se tratam de termos inventados.

Sentindo-se legitimado pela sua interpretação do que a imprensa esportiva faz, ele passa a nutrir um desejo de inventar uma nova palavra – ora, se a imprensa esportiva especializada pode "inventar" palavras, ele, um jornalista diplomado, também pode. Assim, ele cunha a palavra "bliu" e é prontamente repreendido por seu colega de mesa, Craque Daniel, com quem mantém uma relação de hierarquia e exploração.

> **Cerginho da Pereira Nunes (CPN):** O que eu mais gostei, Craque Daniel, dessa modalidade do skate, é que quem comenta pode inventar o nome das manobras na hora, Daniel! Não precisa ficar aprisionado nas palavras que já têm, Daniel!
> **Craque Daniel (CD):** Não, não, só um segundo. Aquelas manobras existem, Cerginho. Skate não é uma bagunça.
> **CPN: "***Flip Mary Blaine"* não é inventado na hora, Craque Daniel?
> **CD:** Nada é inventado na hora.
> **CPN: "***Flop Bloop Mousepad Garinelson"*, Daniel?
> **CD:** Como?
> **CPN: "***Flop Bloop Mousepad Garinelson"*.
> **CD:** Provavelmente existe.
> **CPN: "***Flip Mary Blaine Kleine"*?
> **CD:** Não, peraí, só um segundo.
> **CPN: "***Toop hop tole*"?
> **CD:** Não, não. Aí você tá criando palavras de novo. Isso é uma coisa que você não pode fazer. Você tem que usar, aqui no programa, as palavras que já existem e que as pessoas que estão te ouvindo entendam o que você está falando.
> **CPN:** Mas meu sonho é inventar uma palavra, Craque Daniel.
> **CD:** Legal, Cerginho, legal. Até o final das olimpíadas, você inventa uma palavra, combinado?[6]

No decorrer dos episódios seguintes da temporada, o tema da invenção de uma nova palavra por Cerginho aparece como pano de fundo dos sentidos humorísticos construídos. Cerginho escolhe, a princípio, as vogais "a" e "i" e tenta encaixar as consoantes para formar uma nova palavra. Ele percebe, então, que as suas tentativas são em vão quando se depara com a formação de palavras que já existem. Cerginho tenta, sem sucesso, aplicar palavras já existentes em novos contextos como a "emoção saci", mas Daniel o alerta do equívoco.

[5] Em função da pandemia global de Covid-19, os jogos foram disputados entre julho e agosto de 2021.
[6] Trecho transcrito do Falha de Cobertura #193: Abertura e Skate (live), publicado originalmente em 25 de julho de 2021.

Em dado momento, Cerginho fala a palavra “bliu” e Daniel permanece em silêncio, incapaz de retrucá-lo. Cerginho, então, fica eufórico por ter, quase que por acidente, inventado uma palavra, realizando assim o seu sonho. Daniel tenta repreender Cerginho dizendo que não é assim que a invenção de uma palavra funciona ao mesmo tempo que não consegue explicar como esse processo se dá. Ele alega que se trata se um barulho e que Cerginho não entende a função da palavra na comunicação.

Na sequência da temporada, Cerginho tenta inserir a palavra “bliu” nos diálogos com seu companheiro de mesa. Daniel tenta argumentar que a palavra não tem significado e que, por isso, não existe. E Cerginho responde que a palavra existe e cabe a ele agora achar um significado para ela.

E está justamente aqui a discussão que este artigo quer trazer. É possível o significante anteceder o signo? Ou seja, é possível que haja uma imagem acústica, sem que ela tenha um sentido? E o que nos interessa ainda mais, qual a função da palavra na comunicação? Buscaremos no processo de construção da palavra “bliu” e na celeuma entre Daniel e Cerginho possíveis caminhos.

ESTUDO DOS SIGNOS

Com seu Curso de Linguística Geral - publicado por seus alunos originalmente em 1916 -, Saussure (2006) inaugura a linguística moderna enquanto campo científico e divide seu objeto de pesquisa em língua e fala. Para ele, somente a língua possui uma definição autônoma e, portanto, é sobre ela que devem ser depositados os esforços acadêmicos. Ao excluir a fala desta equação científica, deixa de lado também a comunicação.

O autor coloca a língua na centralidade dos estudos da linguagem, por entendê-la como norma das demais manifestações linguísticas. Nesse entendimento, somente a língua oferece os subsídios necessários para a compreensão do fenômeno. A própria língua é, ao mesmo tempo, um todo por si e um princípio de classificação.

> A língua, não menos que a fala, é um objeto de natureza concreta, o que oferece grande vantagem para o seu estudo. Os signos linguísticos, embora sendo essencialmente psíquicos, não são abstrações; as associações, ratificadas pelo consentimento coletivo e cujo conjunto constitui a língua, são realidades que têm sua sede no cérebro. Além disso, os signos da língua são, por assim dizer, tangíveis; a escrita pode fixá-los em imagens convencionais, ao passo que seria impossível fotografar em todos os seus pormenores os atos da fala; a fonação duma palavra, por pequena que seja, representa uma infinidade de movimentos musculares

> extremamente difíceis de distinguir e representar. Na língua, ao contrário, não existe senão a imagem acústica e esta pode traduzir-se numa imagem visual constante. (Saussure, 2006, p. 23).

Saussure debruçou-se, especialmente, ao que chamou de semiologia, que configura-se como “uma ciência que estuda a vida dos signos no seio social” (p. 24). Para ele, o problema linguístico é primeiramente semiológico. Nesse sentido, a verdadeira natureza da língua reside na elucidação dos signos.

O signo, para Saussure (2006), tem duas faces: conceito e imagem acústica, e sua definição está justamente na combinação entre elas. Para evitar possíveis ambiguidades e confusões ao associar imagens acústicas à palavras, o linguista sugere designar novos termos para essas noções. Dessa forma, o conceito é o *significado* e a imagem acústica é o *significante*.

São dois os princípios do signo linguístico. O primeiro deles é a arbitrariedade do signo. O que une significante e significado é uma associação que não tem nenhum laço natural na realidade. As sequências de sons que servem de significante a um conceito não é uma ideia anterior a ele.

O segundo princípio é o caráter linear do significante, do qual todo o mecanismo da língua depende. O significante representa uma extensão mensurável numa só dimensão. Os elementos dos significantes acústicos se apresentem um na sequência do outro, formando uma cadeia.

Cerginho, do auge de sua ingenuidade, acredita que a criação de uma palavra é um ato simples, ao presumir que basta inventar uma sequência de sons para que essa seja automaticamente válida na linguagem. O que ele não percebe, no entanto, é que a palavra criada carece de uma ancoragem semântica — um significado que a conecte ao mundo real. A partir dessa premissa, Cerginho dá vida a uma questão que remete diretamente aos estudos seminais de Saussure: é possível existir um significante sem significado?

UM SIGNIFICANTE SEM SIGNIFICADO

A relação entre significante e significado é indissociável e o signo só existe quando esses dois elementos estão em relação um com o outro. Cerginho, ao criar a palavra "bliu", gera um significante sem que esse tenha um significado associado. Segundo Saussure (2006), isso desafia a própria natureza do signo linguístico, pois o significante sem significado não

seria um signo, mas apenas um som vazio, destituído de função comunicativa, conforme apontado por Daniel - seria Daniel um Saussureano inveterado? Nesse sentido, o esforço de Cerginho para "inventar" uma palavra, sem se preocupar inicialmente com seu significado, pode parecer inócuo.

Não há, para Saussure (2006) uma relação intrínseca entre o significante e o significado. Os sons que formam uma palavra como "árvore" em português poderiam, arbitrariamente, ser diferentes em outra língua, como "tree" em inglês, sem que isso alterasse a natureza do conceito de "árvore". Essa arbitrariedade indicaria que os sistemas linguísticos são convenções sociais, formados por um consenso entre os falantes de uma comunidade.

Entretanto, a criação de uma palavra nova não é um ato puramente individual. Cerginho, ao acreditar que pode criar um significante e depois buscar seu significado, ignora o processo social e convencional pelo qual uma palavra é incorporada em um idioma. O ato de nomear algo não é isolado; ao contrário, é fruto de um acordo tácito entre os falantes de uma língua. Assim, a criação de novas palavras exige não apenas um inventário de sons, mas um contexto social e cultural que atribua significado a esses sons.

> Como bem diz Blikstein, não é porque a realidade é extra-lingüística que o referente deva ficar fora da Lingüística. De fato, a significação se origina e lança as suas raízes no universo cognoscível, interpretado e simbolizado por palavras. E o conjunto dessas palavras vem a ser o léxico da língua. Podemos concluir, pois, que o conceito (significado) é tributário de uma realidade que o antecede e precede, realidade essa que nossa percepção/cognição percebe e interpreta, criando o objeto mental ou unidade cultural ao qual atribuímos um nome, isto é, a palavra ou significante. Assim o referente e o universo de que ele procede geram o fenômeno da significação. (Biderman, 1998, p. 117)

O ponto alto da narrativa de Cerginho é sua insistência em dar um significado à palavra "bliu". Isso traz à tona a complexidade do processo de atribuição de significado às palavras. Nos primeiros momentos, Cerginho cria um som, uma imagem acústica que ainda está desprovida de conteúdo semântico. Sua missão, agora, é descobrir o que esse som pode significar.

Aqui entra em cena a noção de que o significado das palavras é, em grande parte, derivado de seu uso. Isso é algo que filósofos da linguagem, como Ludwig Wittgenstein, abordaram em suas obras. Wittgenstein (1999) argumentava que o significado de uma

palavra é seu uso na linguagem. No contexto de "bliu", a palavra só poderá adquirir significado se for inserida em situações de comunicação e se seu uso for convencionado dentro de um grupo de falantes. Cerginho, ao tentar encontrar um significado para "bliu", está, na verdade, buscando construir uma rede de associações que deem legitimidade à sua criação.

Entretanto, a busca de Cerginho também nos leva a outro ponto crítico: a criação de palavras não é um processo puramente racional. Muitas palavras surgem espontaneamente em comunidades linguísticas, ganhando significado com o tempo, à medida que são repetidas em contextos sociais específicos. A língua, afinal, é viva, dinâmica e em constante transformação. Novos significantes surgem e, muitas vezes, seu significado emerge de forma gradual, moldado por fatores culturais, sociais e históricos.

Além disso, é interessante notar que "bliu", por sua natureza inventada e sem um significado prévio, se insere em uma tradição de neologismos. Os neologismos, embora inicialmente estranhos, podem se estabilizar ao longo do tempo e tornar-se parte do léxico comum, caso encontrem uma função comunicativa clara. No entanto, para que isso aconteça, a palavra precisa ser útil dentro de um determinado contexto e responder a uma necessidade real de expressão.

De acordo com Saussure, a linguagem não reflete diretamente a realidade, mas a organiza. Ao nomearmos algo, estamos atribuindo a essa coisa uma posição dentro do sistema de signos que utilizamos. Dessa forma, a linguagem constrói realidades simbólicas, criando as bases para a interpretação do mundo ao nosso redor. Cerginho, no entanto, parece ignorar essa construção simbólica ao acreditar que uma palavra pode ser criada sem contexto ou referência ao mundo exterior.

Esse fenômeno nos lembra que a linguagem é uma que molda o pensamento e a percepção. Como observou Wittgenstein, a forma como falamos sobre o mundo influencia a maneira como o entendemos. A invenção de "bliu" desafia essa lógica ao introduzir uma palavra que, ao menos inicialmente, parece não se referir nada de concreto.

O ATO DE NOMEAR

Dar nome às coisas do mundo é um debate bastante antigo. Trata-se de uma relação entre linguagem e realidade, o que já é complexa por si só (Moreira, 2010). A nomeação tem

papel de organizar e classificar as formas de perceber a realidade, diretamente ligados à uma cultura ou sociedade.

Araújo (2004) lembra que este é um problema da filosofia e não da linguagem. “A questão de se o signo, ou melhor, de se uma frase gramaticalmente bem construída refere ou não, e, como decorrência, se corresponde ou não à realidade ou situação denotada, pertence ao âmbito da filosofia” (p.57).

Esse problema aparece primeiro no Crátilo, de Platão. Neste diálogo, o filósofo grego busca oferecer reflexões sobre a relação entre os nomes e as coisas. Seriam os nomes convencionais ou naturais? Isto é, o debate se cerca sobre saber se coisas são nomeadas pela sua natureza ou por convenção.

O dilema entre o natural e o convencional, levantado por Platão, traz à tona a necessidade de questionar se a linguagem é capaz de captar a essência das coisas ou se serve apenas como um acordo entre os falantes para se referirem a elas. Assim, a linguagem não apenas reflete o mundo, mas também o molda, tornando-se parte indissociável da experiência humana.

Com o Crátilo, Platão inaugura um problema científico que, ainda hoje permanece inconclusivo na linguística (Souza, 2020). O diálogo platônico avança para compreender a natureza híbrida da linguagem; que o ser humano nomeia as coisas tanto a partir das suas próprias concepções quanto pela natureza daquilo que se pretende designar. Desta forma, a linguagem não pode ser explicada nem pela natureza, nem pela convenção. Para Souza (2020), este debate milenar é atemporal[7].

O cerne da nossa discussão sobre nomear as coisas está na compreensão que o sentido não decorre diretamente da combinação dos signos. Um aglomerado de signos, por si só, é insuficiente para gerar inteligibilidade. É necessário ir para além do signo, chegando na sentença e proposição, o que Araújo (2004) chama de segundo patamar da linguagem.

> A relação entre nome e coisa nomeada não é direta. O nome refere- se ao objeto, o objeto porta um nome, mas só enquanto pertencente a uma proposição, isto é, o nome só é nome como requisito da própria estrutura, sua função está imbricada à função da relação. O nome requer o objeto que precisa estar em uma relação com o que é nomeável desse mesmo objeto, quer dizer, deve ser localizável em

[7] O mesmo Platão ensejou uma discussão metafísica. Quine (1948) denominou essa discussão de “A barba de Platão”. É uma questão ontológica sobre o debate acerca do que existe e o que não existe e a impossibilidade de falar com sentido acerca daquilo que não existe. Como podemos fazer afirmações que tenham sentido, ou seja, que possam ser verdadeiras, sem pressupor a existência do ser a que nos referimos?

> meio a fatos, possibilitar combinações, estar sujeito a uma certa estabilidade. (Araújo, 2004, p. 81)

Essa configuração pressupõe a compreensão de um outro conceito: o de referência. Referência é a relação entre a palavra e o objeto. É um processo de abstração no qual as coisas ganham um nome. Trata-se da capacidade humana de associar palavras a conceitos.

Nesse contexto, um pensador foi especialmente importante para a linguística ao diferenciar referência de significado: Gettlob Frege. Para ele, pensamentos e representações são diferentes, pois as representações guardam relação com o indivíduo, em um tempo e espaço definidos. Os pensamentos não pertencem a um indivíduo particular, mas permanecem na sua identidade, ainda que haja variação de épocas e lugares. Por isso, a estrutura do pensamento é mais complexa do que a da referência (Araújo, 2004).

Frege também sugere que, ao nomear, não apenas identificamos objetos no mundo, mas organizamos o conhecimento. Essa distinção entre referência e sentido aponta para uma operação mental que vai além da designação pura e simples. Quando falamos de um objeto, estabelecemos relações complexas entre o pensamento, a linguagem e a realidade. Essa estrutura conceitual oferece um modelo para a compreensão dos diferentes níveis de significado que se manifestam na comunicação linguística.

Ainda nessa linha, é crucial reconhecer que a própria relação de nomeação envolve intencionalidade. A escolha de um nome nunca é completamente neutra, mesmo que inconscientemente, ela é mediada por contextos culturais, históricos e sociais. Assim, a nomeação pode revelar mais do que uma simples associação entre signo e objeto, refletindo também as visões de mundo e os valores de quem nomeia.

Além disso, a questão da nomeação também pode ser analisada sob a perspectiva de como o contexto influencia o significado das palavras. O significado de um nome pode variar significativamente dependendo da situação em que é utilizado. Isso implica que a comunicação não se limita a um intercâmbio de signos, mas envolve a interpretação e a adaptação do discurso às condições sociais, culturais, políticas e ideológicas. (Bakhtin, 1997). Portanto, a relação entre linguagem e realidade não é fixa; ao contrário, é dinâmica e multifacetada, refletindo as interações sociais em um determinado contexto.

Outro aspecto importante a ser considerado é o papel da linguagem na construção da identidade. O ato de nomear não é apenas uma questão de designação, mas também de atribuição de valor e significado a indivíduos e grupos. Através da nomeação, os indivíduos

afirmam sua presença no mundo e constroem narrativas sobre si mesmos e sobre os outros. Essa construção de identidade é especialmente relevante em contextos sociais e políticos, onde a escolha de nomes e termos pode ter implicações profundas sobre a inclusão, exclusão e reconhecimento. Portanto, o estudo da nomeação revela não apenas a estrutura da linguagem, mas também as relações de poder que permeiam a comunicação humana.

E A COMUNICAÇÃO?

Quando Cerginho cunha a palavra "bliu", ele não apenas se depara com a dificuldade da construção de um signo linguístico, mas também com os desafios inerentes ao processo comunicativo. Assim, a questão central para nós não é apenas se as palavras têm ou não significado, mas como elas funcionam na comunicação.

A comunicação se fundamenta em interações entre indivíduos que compartilham um contexto comum. O significado das palavras não é uma propriedade intrínseca, mas surge a partir de um processo dinâmico e social. O que Cerginho ignora em sua busca por um significante novo é que a atribuição de significado é coletiva e depende do uso contextual das palavras. A linguística moderna, embora tenha aportado um olhar importante sobre a estrutura da língua, não captura a totalidade do que significa comunicar.

Segundo Habermas (2012), a comunicação tem um caráter intersubjetivo, onde os indivíduos não apenas transmitem dados, mas também se engajam em um processo mútuo. O significado das palavras e expressões emerge a partir de sua utilização em contextos específicos. É possível haver termos que não estão presentes em dicionários tradicionais, mas ganham vida em grupos sociais específicos, tornando-se parte essencial da comunicação entre seus membros. A palavra "bliu", embora inicialmente sem significado, poderia eventualmente adquirir um sentido específico se Cerginho conseguisse inseri-la em um contexto comunicativo claro e compartilhado.

O conceito de significado, portanto, não deve ser visto apenas como uma propriedade fixa de uma palavra, mas como um processo em evolução. Um signo pode começar sem significado claro e, através da repetição e do uso em contextos específicos, pode ser atribuído um sentido por meio da interação social. Essa perspectiva dinâmica está alinhada com as ideias Wittgenstein, que defende que o significado das palavras se encontra em seu uso.

> [...] falta algo essencial às diversas soluções apresentadas para o problema da referência ou da denotação, como preferem alguns, que é levar em consideração o ato efetivo da fala. O problema da relação linguagem/realidade e de como a linguagem fornece instrumentos linguísticos para referir através de sentenças assertóricas só é simples e só recebe soluções satisfatórias se nos detivermos nas sentenças, isto é, no nível da semântica formal, pois ela pressupõe a linguagem como constando unicamente de proposições que descrevem estado de coisa, e por isso podem receber valor de verdade. Tudo estaria muito bem resolvido se nos comunicássemos por meio de proposições assertóricas (Araújo, 2004, p. 62)

Em relação à discussão sobre o ato de nomear, é importante notar que esse fenômeno não é puramente linguístico ou filosófico, mas é, na verdade, um *desafio comunicacional*. Quando se trata de dar nome a algo, a tarefa vai muito além da mera atribuição de um som a um objeto. O ato de nomear envolve uma intenção comunicativa, um desejo de compartilhar uma ideia, uma experiência ou um sentimento. Cerginho, ao tentar criar a palavra "bliu", busca não apenas um novo termo, mas a possibilidade de se conectar com seu público e de expressar um aspecto de sua própria visão de mundo.

O desafio, portanto, reside na capacidade de uma nova palavra se tornar parte de um vocabulário compartilhado. Isso exige um contexto comunicacional que permita a negociação de significados. O sucesso na nomeação de algo não depende apenas da criatividade individual, mas também do reconhecimento e aceitação social. A palavra deve ser relevante e útil para aqueles que a utilizam.

Nesse sentido, Braga (2010) sinaliza que a comunicação não objetiva a intercomunicabilidade. Ele classifica os fenômenos comunicacionais como tentativos. Para ele, os processos comunicacionais são probabilísticos ou aproximativos, revelando a impossibilidade de controle do processo.

> Quando se trata, porém, dos usos da linguagem em situação concreta – da interação, da fala em perspectiva comunicacional – a concentração nos aspectos da codificação já não parece suficiente. Isso se nota claramente na teoria dos atos de linguagem. Os enunciados – que segundo Austin, não são simplesmente falsos ou verdadeiros, mas, em perspectiva performativa, felizes ou infelizes – não o são em virtude da clareza ou do rigor do código, nem de regras formalizadas, mas sim em função de seu relacionamento não codificado com as circunstâncias variáveis da situação concreta. Assim, para o estudo da Comunicação, sem desconhecer a forte presença e o acionamento de elementos codificados em toda interação, e maiormente de para-códigos, devem ser enfatizados os processos mais sutis e menos controláveis, não codificados, que necessariamente se põem em marcha para integrar e completar toda e qualquer comunicação, por mais codificada que esta seja. (Braga, 2010, p. 74)

Para além das dimensões linguísticas, o que Cerginho faz ao inventar uma nova palavra é, de certa forma, tentar se comunicar. E essa tentativa já configura um episódio comunicacional em si.

Nessa esteira, é imperioso lembrar que diferentes culturas têm suas próprias convenções e normas que moldam a forma como as palavras são usadas e entendidas. Isso significa que o que pode ser considerado um significado apropriado em uma cultura pode não ter o mesmo peso em outra. Cerginho, ao tentar criar uma nova palavra, pode não apenas se deparar com a resistência de seu colega, mas também com a questão de como essa palavra se encaixa em um universo de práticas culturais específicas.

Os significados não são apenas construídos socialmente, mas também estão sujeitos a mudanças ao longo do tempo. A linguagem é um reflexo da sociedade, e à medida que a cultura evolui, novas palavras e significados surgem. O que uma vez foi considerado inusitado pode, eventualmente, se tornar comum, e essa transformação é um aspecto central do desenvolvimento da linguagem e da comunicação.

Se Cerginho não consegue convencer Daniel sobre a validade de "bliu", ele não apenas perde a oportunidade de legitimar sua criação, mas também expõe a fragilidade do ato de comunicar. Mas, como parte de um produto cultural midiatizado, o objetivo da palavra “bliu” não é estar no dicionário, mas gerar sentidos humorísticos.

O processo comunicativo está em constante fluxo, e novas expressões surgem em resposta a mudanças sociais e culturais. Isso leva à questão de como as palavras são adaptadas e reinterpretadas à medida que são introduzidas em novos contextos. A criação de "bliu" por Cerginho é um exemplo disso, um experimento que reflete a capacidade humana de moldar e modificar a linguagem para atender a novas necessidades comunicativas.

Uma palavra pode ser inventada, mas seu sucesso em se estabelecer como parte do léxico coletivo depende de sua utilidade e relevância. Isso aponta para a natureza coletiva da comunicação, onde a aceitação e o uso compartilhado são fundamentais para a legitimação de novos termos.

Ao invés de encararmos o problema de nomear como uma questão de linguagem ou filosofia, devemos reconhecê-lo como um desafio comunicacional. A comunicação não se limita à estrutura gramatical ou à lógica filosófica, mas reside na capacidade de criar significados relevantes em contextos sociais dinâmicos. Assim, a comunicação se torna um

espaço de possibilidade, onde novas palavras, como "bliu", podem emergir, evoluir e, eventualmente, encontrar seu lugar no tecido da interação humana.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A complexa relação entre significante e significado, que se desdobra no processo de nomeação, revela-se um tema central na linguística, na filosofia e na comunicação. O exemplo de Cerginho, ao criar a palavra "bliu", serve como um ponto de partida para investigar não apenas a estrutura dos signos linguísticos, mas também a sua inserção em contextos sociais e culturais mais amplos.

A linguagem não é apenas um conjunto de sons ou marcas gráficas; é um sistema dinâmico que molda e organiza a realidade percebida. Como argumentado por Saussure (2006), o signo linguístico é formado por um significante e um significado que existem em uma relação arbitrária. A arbitrariedade dessa relação implica que a escolha dos sons que compõem uma palavra não tem uma ligação intrínseca com o que ela representa. A língua, portanto, não reflete diretamente a realidade, mas a organiza de maneira que os falantes possam interpretar e comunicar experiências compartilhadas.

A tentativa de Cerginho em criar "bliu" ilustra a natureza criativa da linguagem, onde o novo significante precisa ser integrado em uma rede de significados. Essa integração não é um ato isolado, mas um processo que depende da aceitação e do uso social. Para que um significante recém-criado adquira significado, é necessário que ele encontre um espaço no léxico coletivo, o que é um reflexo da vivência e da prática da comunidade linguística. O ato de nomear ultrapassa a atribuição de um som a um objeto; ele envolve intencionalidade e a busca de um significado que ressoe em um contexto específico. As palavras não surgem de um vácuo, mas sim de interações humanas que lhes conferem sentido.

O dilema apresentado por Platão em Crátilo sobre se os nomes são convencionais ou naturais permanece relevante, pois nos força a considerar que a linguagem é tanto um produto da convenção social quanto uma ferramenta para capturar a essência do que nomeamos. Cerginho, ao tentar dar significado a "bliu", não apenas expressa uma necessidade individual, mas também reflete um desejo de se comunicar. A linguagem, portanto, é um fenômeno social que depende da interação entre os indivíduos. Essa intersubjetividade na comunicação é essencial, pois o significado emerge não de uma propriedade fixa das palavras, mas de um contexto social em que elas são usadas.

Como destacam Habermas (2012) e Braga (2010), a comunicação é interativa e tentativa. O significado das palavras se torna evidente apenas quando são inseridas em contextos comunicativos que permitem a negociação de sentidos. Assim, Cerginho não apenas tenta criar uma palavra; ele tenta estabelecer um vínculo comunicativo que, se bem-sucedido, permitirá que "bliu" se torne parte do vocabulário compartilhado.

Mas, mais do que isso, a palavra "bliu", ainda que ausente de significado ou sentido, comunica um sentido humorístico. O objetivo não é a criação de uma palavra, tampouco a sua ampla utilização pela comunidade de falantes, mas gerar riso. Dessa forma, os estudos de comunicação conseguem captar algo que escapa à linguística. Não importa o que "bliu" quer dizer, os webespectadores do FcD já estão rindo.

A proposta de que a linguagem é um fenômeno dinâmico e evolutivo é crucial para entendermos como novas palavras e significados emergem. As palavras são, em essência, produtos culturais que evoluem com as necessidades e experiências de uma sociedade. O sucesso de "bliu" não depende apenas da criatividade de Cerginho, mas também da disposição da comunidade em aceitá-la e utilizá-la em suas interações. A tentativa de Cerginho de criar uma nova palavra desafia essa lógica ao introduzir um significante que, inicialmente, não se refere a nada concreto. Contudo, essa introdução em si é um ato de comunicação, que pode eventualmente levar à criação de um novo significado.

A invenção de "bliu" por Cerginho não é apenas uma tentativa de inovação, mas uma reflexão sobre os desafios que todos enfrentamos na comunicação. A linguagem é uma ferramenta poderosa, mas depende do contexto em que é utilizada e dos interlocutores. O ato de nomear é, portanto, um desafio comunicacional que transcende as fronteiras da linguística e da filosofia. Para a comunicação, é necessário que haja um reconhecimento mútuo da intenção e do significado.

Cerginho, ao tentar introduzir "bliu", precisa não apenas criar um novo termo, mas também negociar seu significado em um contexto social que permita sua legitimação. Essa negociação é parte fundamental do processo comunicativo e reflete a dinâmica interativa que caracteriza a linguagem. O significado de uma palavra não é fixo, mas sim um processo em evolução que depende de sua utilização em situações comunicativas específicas. Cerginho enfrenta o desafio de inserir "bliu" em um contexto comunicativo que faça sentido e que possa ser aceito pelos outros. Essa necessidade de contexto é um lembrete de que a linguagem é profundamente enraizada nas experiências humanas e nas interações sociais.

Assim, ao refletir sobre a experiência de Cerginho, somos convidados a considerar a profundidade e a riqueza da linguagem, que não é apenas uma ferramenta de comunicação, mas também um reflexo de nossa realidade compartilhada e de nossas interações humanas. A capacidade de criar e modificar a linguagem é uma das maiores expressões da criatividade humana e do desejo de se conectar, comunicar e dar sentido ao mundo ao nosso redor.

Concordamos com Souza (2020) quando aponta que o debate sobre o processo de nomeação é atemporal e permanece inconclusivo, mas os caminhos apontam para reflexão que a solução não está nem na linguística, nem na filosofia, mas na comunicação.

REFERÊNCIAS

ARAÚJO, Inês Lacerda. **Do signo ao discurso**: introdução à filosofia da linguagem. São Paulo: Parábola Editorial, 2004.

BAKHTIN, Mikhail. **Marxismo e filosofia da linguagem**. 8. ed. São Paulo: Hucitec, 1997.

BRAGA, José L. Nem rara, nem ausente: tentativa. **Matrizes**, São Paulo, v. 4, n. 1, p. 65-81, 2010.

BIDERMAN, Maria Tereza Camargo. Dimensões da palavra. **Filologia e Lingüística Portuguesa**, n. 2, p. 81-118, 1998.

HABERMAS, Jürgen. A **teoria da ação comunicativa.** Volume 1: A razão como intersubjetividade. São Paulo: Martins Fontes, 2012.

MOREIRA, Thami Amarílis Straiotto. O ato de nomear: da construção de categorias de gênero até a abjeção. **Cadernos do CNLF**, v. XIV, n. 4, t. 4, p. 2915-2926, 2010.

TV Quase. **Falha de Cobertura #193:** Abertura e Skate (live). YouTube (45m44s). 25 jul. 2021. Disponível em: https://youtu.be/nXSUgs6YuK8. Acesso em 26 set. 2024.

PLATÃO. **Teeteto e Crátilo**. Tradução de Carlos Alberto Nunes. Belém: Universidade Federal do Pará, 1988.

QUINE, Willard van Orman. On What there is. **The review of metaphysics**, v. 2, n. 1, p. 21-38, 1948.

RODRIGUES, Leonardo. **Trupe do "Choque de Cultura" prepara filme (de zoeira) sobre futebol.** UOL, 2018. Disponível em: <https://entretenimento.uol.com.br/noticias/redacao/2018/03/02/tv-quase-do-choque-de-cultura-prepara-filme-sobre-falha-de-cobertura./>. Acesso em 22 ago. 2022.

SAUSSURE. Ferdinand de. **Curso de Linguística Geral**. São Paulo: Cultrix, 2006.

SOUZA, Amanda Mikaelly Nobre de. Os nomes e as coisas: (re)discutindo a linguagem do Crátilo de Platão. **Interfaces**, v. 11, n. 4, p.351-360, 2020

WITTGENSTEIN, Ludwig. **Investigações filosóficas**. São Paulo: Nova Cultural, 1999.

Os autores são responsáveis pela fidedignidade dos dados apresentados.

FRAGMENTAÇÃO DA ESFERA PÚBLICA E JORNALISMO NA ERA DIGITAL: UMA ANÁLISE SOB A ÓTICA DA AÇÃO COMUNICATIVA

Erica Morais Ribeiro Neves[1]
Laila Diana dos Santos [2]

RESUMO

Este artigo investiga a aplicação da Teoria da Ação Comunicativa (TAC) no contexto do jornalismo contemporâneo, com especial atenção aos desafios impostos pela digitalização e pelas novas tecnologias. Por meio de pesquisa bibliográfica, o estudo examina como os princípios fundamentais da TAC podem ser operacionalizados em um cenário em que a ação estratégica, a influência dos algoritmos, a proliferação de desinformação e a fragmentação da esfera pública prevalecem.

Palavras-chave: Teoria da Ação Comunicativa; Ética jornalística; Novas tecnologias da informação.

FRAGMENTATION OF THE PUBLIC SPHERE AND JOURNALISM IN THE DIGITAL AGE: AN ANALYSIS FROM THE PERSPECTIVE OF COMMUNICATIVE ACTION

ABSTRACT

This article investigates the application of the Theory of Communicative Action (TAC) in the context of contemporary journalism, with special attention to the challenges posed by digitalization and new technologies. Through bibliographical research, the study examines how the fundamental principles of TAC can be operationalized in a scenario in which strategic action, the influence of algorithms, the proliferation of disinformation and the fragmentation of the public sphere prevail.

Keywords: Theory of Communicative Action; Journalistic ethics; New information technologies.

Introdução

Este artigo examina a aplicação da Teoria da Ação Comunicativa (TAC), de Jürgen Habermas, no contexto do jornalismo contemporâneo, com ênfase nos desafios impostos pela digitalização e pelas novas tecnologias da informação. A questão central que orienta esta investigação é: como os princípios fundamentais da TAC - inteligibilidade, veracidade, sinceridade e correção normativa - podem ser operacionalizados em um cenário dominado

[1] Doutoranda no Programa de Pós-graduação em Comunicação (PPGCOM) da Universidade Federal de Goiás, erica_neves@ufg.br. Bolsista da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES).
[2] Mestranda no Programa de Pós-graduação em Comunicação (PPGCOM) da Universidade Federal de Goiás, laila.diana@gmail.com.

pela ação estratégica, pela influência algorítmica, pela proliferação de desinformação e pela fragmentação da esfera pública?

Antes de dar seguimento ao objetivo da pesquisa, vale aqui ressaltar alguns importantes conceitos. Habermas faz um esforço para nos apresentar como foi construída a esfera pública burguesa, que emerge do liberalismo europeu. Na definição dele, ela é representada pelo espaço em que os cidadãos se reúnem, como pessoas privadas, para formar opiniões públicas. Para Habermas, a comunicação é debate, por isso, o autor defende a ideia de que ela aconteça no espaço público.

Tendo em vista a evolução histórica, é possível perceber também a decadência da esfera pública burguesa, decorrente de fatos como, por exemplo:

- a cultura como produto: a indústria cultural tira das mãos do povo a produção da cultura;
- o quarto poder: a concentração dos meios de comunicação também degenera a esfera pública, levando à manipulação da opinião pública.

A Teoria da Ação Comunicativa, por sua vez, apresenta um modelo de comunicação orientado para o entendimento mútuo, o que, segundo Habermas, é essencial para a legitimidade das interações sociais.

Diante dessas considerações, o principal objetivo deste estudo é avaliar a viabilidade da TAC no jornalismo digital, explorando em que medida as práticas jornalísticas atuais conseguem ou não promover os critérios éticos estabelecidos pela teoria Habermasiana. Além disso, busca-se mapear os desafios enfrentados pelo jornalismo diante da predominância da ação estratégica e discutir os limites e as possibilidades de adaptação da TAC à realidade midiática contemporânea.

A relevância desta pesquisa para o campo da comunicação está na necessidade de compreender como os valores éticos e normativos da TAC podem contribuir para uma prática jornalística que sustente uma esfera pública democrática, inclusiva e orientada para o entendimento mútuo, mesmo sob as pressões mercadológicas e tecnológicas. Ao abordar essas questões, o estudo oferece uma reflexão crítica sobre o papel do jornalismo no fortalecimento da deliberação pública e da cidadania, em um mundo cada vez mais digitalizado.

Metodologicamente, a pesquisa baseia-se em uma análise teórica e crítica, revisando a literatura existente sobre o jornalismo e a TAC, além de integrar perspectivas contemporâneas que abordam a intersecção entre mídia, tecnologia e ética. O estudo não

apenas mapeia os desafios impostos ao jornalismo pela predominância da ação estratégica, mas também, discute os limites e as possibilidades de adaptação da TAC às realidades contemporâneas. A análise contempla os complexos desafios éticos trazidos pelas novas tecnologias da informação, como o impacto dos algoritmos, a disseminação de fake news e a descentralização do polo emissor de conteúdos, propondo uma reflexão crítica sobre o papel do jornalismo na era digital.

1. Jornalismo, ética e opinião pública

A prática jornalística tem acompanhado a evolução da sociedade ao longo dos tempos, com debates sobre sua origem variando entre aqueles que a remetem à invenção da prensa de tipos móveis e outros que a situam na Antiguidade Clássica. Segundo Sousa (2008), o jornalismo pode ser entendido como uma representação discursiva da vida humana, refletindo a diversidade de experiências e ideias. Nesse sentido, pode-se argumentar que suas raízes mais remotas estão na comunicação primitiva, quando os seres humanos começaram a transmitir informações, contar histórias e preservar memórias para as gerações futuras - ainda que de forma simbólica, garantindo assim a imortalidade cultural.

O jornalismo, portanto, não apenas acompanha o desenvolvimento tecnológico, mas também, tem sido objeto de estudo e debate, especialmente no que diz respeito à sua principal produção, a notícia, e seu papel fundamental na construção da sociedade e no exercício do direito à informação. A busca pela verdade, inerente à prática jornalística, é defendida e também criticada por diversos autores.

Bucci (2019, p.19) observa que, mesmo nos períodos em que a "verdade" esteve em alta, a imprensa nunca teve como missão entregar a verdade absoluta ao público, mas sim informar sobre os acontecimentos, auxiliando o cidadão a ajustar suas expectativas em relação ao futuro. Para Bucci, a verdade, enquanto categoria filosófica que transcende os fatos, escapa ao escopo do jornalismo.

Desde o processo de comercialização e profissionalização dos jornais no século XIX, a ideia da notícia como "fato puro" ou "espelho da realidade" tem permeado a ideologia profissional do jornalismo. Esse entendimento moldou a confiança do público na mídia, levando os leitores a aceitar as informações veiculadas como representações precisas da realidade. No entanto, essa confiança, que durante muito tempo foi quase inquestionável, começou a ser abalada com o advento das novas tecnologias da informação e comunicação.

Com o advento das novas tecnologias de informação e comunicação, e de um modo especial, da Internet e da Comunicação Mediada pelo Computador, desenhou-se também um novo espaço informativo, não mais inteiramente dominado pelos chamados meios de comunicação de massa, mas igualmente, pelos fluxos gerados por essas tecnologias.

Portanto, pode-se dizer que a evolução tecnológica alterou a noção de propriedade dos meios (ampliando o acesso). Com isso, mais pessoas podem participar dos ritos de comunicação. Mais pessoas aprendem o ofício de produzir informação.

A crescente disseminação de *fake news* e a influência das redes sociais e dos algoritmos digitais têm erodido significativamente a credibilidade das comunicações veiculadas. A proliferação de informações falsas compromete a confiança do público nos veículos tradicionais, gerando um ambiente de ceticismo generalizado. Esse fenômeno não só desafia a capacidade do jornalismo de cumprir sua função crítica de informar com precisão, mas também ameaça a integridade da esfera pública e o debate democrático. Portanto, enquanto a confiança na mídia tradicional ainda pode existir em alguns segmentos, ela está sendo seriamente contestada e corroída pelas novas dinâmicas informativas da era digital.

Mas, de que forma a chegada dos meios de comunicação on-line, especialmente as mídias digitais e a produção jornalística sofrem com as *fake news*?

Sabe-se que o jornalismo tem importante papel na formação da opinião pública. No entanto, a chamada era da pós-verdade reclassifica esse papel, já que, conforme Bucci (2019), nessa era, fatos objetivos têm menos peso do que apelos emocionais ou crenças pessoais em formar a opinião pública.

> [...] o termo “pós-verdade” foi declarado “a palavra do ano” pelo Dicionário Oxford. Em inglês, “post-truth” é um adjetivo que “qualifica um ambiente em que os fatos objetivos têm menos peso do que apelos emocionais ou crenças pessoais em formar a opinião pública”. Também, segundo o Dicionário Oxford, hoje é muito mais fácil, para um agente político e para as pessoas em geral, manipular dados conforme sua vontade (Bucci, 2019, p. 13).

Na visão de D’Ancona (2018), pós-verdade não é a mesma coisa que mentira. As mentiras, as manipulações e as falsidades políticas enfaticamente não são o mesmo que a pós-verdade. A novidade não é a desonestidade dos políticos, mas a resposta do público a isso (D’ancona, 2018).

É limitador definir pós-verdade apenas como *fake news*, afinal, o assunto está muito mais ligado ao âmbito social, de forma geral, do que somente ao jornalismo. No entanto, pode-se dizer que, juntamente com o colapso da confiança (crise da democracia), o mundo vive a "revolução digital" por meio da democratização das informações (D'ancona, 2018).

Desse modo, a pós-verdade também é cognitiva, pois muda (afeta) as relações humanas, para além das concepções do jornalismo. Na visão de Dunker (2017), a pós-verdade apresenta uma noção de verdade que mina a chance de vínculo com o outro, pois diminui a experiência do diálogo.

Todas essas visões, de diferentes autores, mostram que a pós-verdade também é sinônimo de queda na confiança, mediante o advento de novos valores, trazidos pelas mídias digitais, que acabam desembocando no modo como as pessoas entendem como verdade aquilo que foi engendrado como *fake news*. Estas, emulam um tipo de notícia, sem ser uma notícia. Portanto, não é apenas um contraponto entre falso e verdadeiro.

Conforme Barbosa (2019), a confiança está sendo minada nas redes sociais, com novas crenças e novos valores que contestam o método científico e desafiam consensos há tempos estabelecidos. E essa visão cabe também para as produções jornalísticas. As redes sociais promovem uma falsa sensação de empoderamento, o que gera a pluralidade dos pontos de vista, porém, sem conversar com a construção do mundo comum.

Nesse contexto, o jornalismo, enquanto promotor da comunicação, deve comprometer-se com a obtenção de informações de maneira ética e, preferencialmente, alinhando-se aos pressupostos de validade da Teoria da Ação Comunicativa (TAC), que serão discutidos a seguir.

2. Teoria da Ação Comunicativa (TAC)

A Teoria da Ação Comunicativa (TAC), formulada por Jürgen Habermas, surge como uma resposta aos desafios da racionalidade na modernidade, propondo um modelo de comunicação orientado para o entendimento mútuo, o que, segundo ele, é essencial para a legitimidade das interações sociais. Embora desenvolvida no contexto da Escola de Frankfurt, a TAC se distingue das visões mais pessimistas de autores como Adorno e Horkheimer, que viam a modernidade como um processo de dominação racional. Em contraste, Habermas postula que a razão comunicativa possui um potencial emancipatório, capaz de promover a deliberação democrática e o consenso na esfera pública.

Habermas entende a comunicação não apenas como uma simples troca de informações, mas como um processo fundamental para a construção de entendimentos mútuos e consensos entre os indivíduos. Este processo é sustentado por pressupostos de validade: inteligibilidade, veracidade, sinceridade e correção normativa. Cada um desses pressupostos é crucial para garantir que a comunicação permaneça genuína e orientada para o entendimento, sem ser distorcida por interesses estratégicos ou manipulativos.

A inteligibilidade requer que os participantes compartilhem uma base comum de linguagem, permitindo a compreensão mútua das mensagens. A veracidade refere-se à exigência de que as afirmações possam ser verificadas e correspondam à realidade objetiva. A sinceridade baseia-se na confiança mútua, em que cada participante acredita na autenticidade das intenções do outro. Por fim, a correção normativa implica o respeito às normas sociais e valores morais aceitos pelos interlocutores, assegurando que o diálogo ocorra dentro de um quadro ético compartilhado. Habermas argumenta que, caso qualquer um desses pressupostos seja violado, a comunicação perde seu caráter genuíno, resultando em um colapso da interação.

Inserida na tradição crítica, a teoria de Habermas concebe a comunicação como base para a integração social e a resolução de conflitos, fundamentada no poder da razão coletiva. Ele critica abordagens que veem a sociedade exclusivamente como resultado das interações humanas ou das estruturas sociais, propondo uma síntese dessas perspectivas em sua teoria dual da sociedade. Habermas também se opõe à teoria dos sistemas sociais de Niklas Luhmann, que considera desumanizada e excessivamente funcionalista, por desconsiderar as possibilidades de emancipação e crítica política, elementos que considera essenciais para o desenvolvimento de uma sociedade mais justa e reflexiva.

No contexto do jornalismo, a TAC oferece um modelo teórico relevante para avaliar como as práticas comunicativas podem ser orientadas para o entendimento mútuo e a promoção de uma esfera pública democrática. No entanto, sua aplicação enfrenta desafios significativos, especialmente em um ambiente midiático cada vez mais dominado por lógicas de mercado e pela ação estratégica. A teoria de Habermas, com sua ênfase na ação comunicativa, fornece as ferramentas necessárias para avaliar em que medida o jornalismo contemporâneo, em sua função crítica, pode aderir a esses princípios fundamentais ou se cede às pressões de interesses particulares que distorcem a deliberação pública.

A influência das novas tecnologias da informação, a fragmentação da esfera pública e o surgimento de novas formas de comunicação digital introduzem questões que Habermas não abordou diretamente, mas que são essenciais para a atualização da TAC no século XXI. Para que a TAC mantenha sua relevância e eficácia como um arcabouço teórico diante desses novos desafios, é necessário reavaliar suas premissas e adaptá-las às complexidades do ambiente digital contemporâneo. Dessa forma, a teoria pode continuar a servir como uma ferramenta crítica para analisar e orientar práticas comunicativas em um mundo em constante transformação.

2.1. TAC e Jornalismo

A aplicação da Teoria da Ação Comunicativa (TAC) ao jornalismo revela-se especialmente relevante, dado o papel central que a mídia desempenha na mediação do debate público e na promoção da deliberação democrática. A TAC, com seu foco no entendimento mútuo e na construção de consensos racionais, oferece um modelo teórico que poderia, em tese, orientar as práticas jornalísticas em direção à promoção de uma esfera pública mais democrática e inclusiva.

No entanto, o jornalismo digital, ou seja, aquele que utiliza os recursos da internet para expansão das notícias, opera, frequentemente, sob a influência predominante da ação estratégica, que é orientada por interesses específicos, como a maximização da audiência, a rentabilidade e, sobretudo, a agilidade. Essa orientação estratégica pode comprometer os princípios éticos fundamentais que sustentam a ação comunicativa, tais como a veracidade, a sinceridade e a correção normativa.

Veracidade e sinceridade, dois dos pressupostos centrais da Teoria da Ação Comunicativa (TAC), mostram-se particularmente vulneráveis no contexto digital atual. Simultaneamente, a sinceridade - que pressupõe a autenticidade das intenções comunicativas - é enfraquecida pela crescente mercantilização da informação, na qual as notícias são tratadas como meros produtos e as audiências como consumidores a serem manipulados, distorcendo o propósito original da comunicação como um meio para o entendimento mútuo.

2.2 Revisões Críticas Contemporâneas

A Teoria da Ação Comunicativa (TAC), de Jürgen Habermas, tem sido amplamente reconhecida por seu potencial normativo em moldar a esfera pública e orientar práticas comunicativas que favoreçam o entendimento mútuo e o consenso racional. No entanto, à medida que as dinâmicas sociais e tecnológicas evoluem, diversos estudiosos têm questionado a capacidade da TAC de responder adequadamente aos desafios impostos pela era digital e pelas mudanças na comunicação mediada pela tecnologia. Essas revisões críticas contemporâneas oferecem perspectivas valiosas que não apenas complementam, mas também tensionam e desafiam a aplicabilidade da TAC ao contexto moderno.

Susen (2023), por exemplo, explora as transformações estruturais da esfera pública em face das novas tecnologias e questiona se a teoria Habermasiana consegue captar as complexidades das esferas públicas digitais. Susen argumenta que, embora a TAC ofereça uma base teórica sólida, sua aplicabilidade enfrenta limites significativos no mundo contemporâneo, em que a esfera pública se fragmenta em múltiplas "câmaras de eco". Essas câmaras de eco, formadas por algoritmos e reforçadas pela polarização digital, desafiam a noção de uma esfera pública coesa e pluralista, tal como imaginada por Habermas. O autor também ressalta o enfraquecimento da distinção entre as esferas pública e privada, provocado pela digitalização, e sugere que a TAC deve ser revisitada para acomodar essas novas realidades.

Marques (2008), por sua vez, contribui com uma análise crítica sobre a autonomia dos meios de comunicação, destacando as limitações impostas por interesses econômicos e políticos que influenciam a mídia. Marques observa que, embora a mídia seja frequentemente percebida como possuindo uma autonomia irrestrita, na prática, ela é significativamente limitada por pressões externas, como aquelas exercidas por entidades religiosas, organizações cívicas e empresas privadas. Essas pressões comprometem a função crítica da mídia e reduzem sua capacidade de promover uma deliberação pública genuína. A crítica de Marques complementa a TAC ao destacar que a teoria Habermasiana precisa reconhecer e integrar essas limitações estruturais na análise da esfera pública e das práticas comunicativas.

Signates (2024) oferece uma revisão crítica que se concentra nas tensões comunicacionais entre as teorias de Habermas e Luhmann, destacando que a abordagem de

Habermas, embora avançada em relação à de Weber, ainda não captura plenamente a complexidade das interações mediáticas contemporâneas. Signates (2024) argumenta que, para entender adequadamente o papel do jornalismo e da mídia na esfera pública, é necessário considerar não apenas as funções comunicativas, mas também os mecanismos sistêmicos que moldam essas práticas. Ele sugere que uma análise mais abrangente, que incorpore tanto as perspectivas comunicativas quanto as sistêmicas, é crucial para abordar as limitações e potencialidades do jornalismo como espaço de deliberação pública genuína.

Essas críticas contemporâneas à TAC não visam invalidar a teoria Habermasiana, mas sim fortalecê-la, ampliando seu alcance e relevância para os desafios atuais. Ao integrar essas perspectivas críticas, é possível construir uma visão mais sofisticada e adaptada da TAC, que seja capaz de responder às complexidades do mundo digital e às dinâmicas comunicativas emergentes. Em última análise, essas revisões oferecem um caminho para uma aplicação mais eficaz da TAC no jornalismo, garantindo que continue a ser uma ferramenta útil para promover a ética, a deliberação e a inclusão na esfera pública.

3. A Esfera Pública e as Novas Tecnologias

A evolução da esfera pública em relação às teorias, de Jürgen Habermas, levanta questões sobre a possibilidade de estarmos vivendo uma nova transformação estrutural, impulsionada por mudanças tecnológicas, políticas, econômicas e sociais, particularmente com o surgimento das mídias digitais. O fenômeno da digitalização não só expandiu e acelerou a comunicação, criando a impressão de um mundo mais acessível e interconectado, como também trouxe à tona desafios significativos, especialmente a fragmentação da esfera pública em "câmaras de eco", onde a pluralidade de vozes é muitas vezes suprimida pela proliferação de informações não verificadas e pela crescente polarização. O verdadeiro desafio reside em assegurar que essa interconectividade fomente uma esfera pública genuinamente deliberativa, em vez de simplesmente ampliar divisões e mal-entendidos.

Uma das principais consequências da digitalização é o enfraquecimento da distinção entre as esferas pública e privada. Nas mídias sociais, por exemplo, o que antes era considerado privado frequentemente se torna público, com profundas implicações para a forma como os indivíduos se comportam e interagem na esfera pública. Essa mudança

cultural significativa, onde a visibilidade e a exposição pública se tornam centrais para a identidade e a participação social, também levanta preocupações sobre privacidade e autenticidade.

A comunicação na esfera pública não depende apenas da apresentação de argumentos racionais, mas também da capacidade desses argumentos de ressoar emocional e culturalmente com o público. Isso sugere que a esfera pública não é apenas um espaço de deliberação racional, mas também um campo de construção de significados que precisam ser relevantes e acessíveis ao público. Em um contexto dominado por narrativas polarizadas, é crucial compreender como diferentes grupos podem interpretar a mesma informação de maneiras radicalmente distintas.

Apesar das transformações na esfera pública, ainda se acredita que a capacidade crítica dos cidadãos possa desempenhar um papel essencial na manutenção de uma democracia funcional. No entanto, essa suposição pode ser considerada otimista, dado o impacto das "câmaras de eco" e da desinformação digital. A capacidade crítica está sob constante ameaça, comprometida por algoritmos que reforçam vieses existentes e pela sobrecarga de informações, que dificultam a distinção entre fontes confiáveis e não confiáveis.

Embora a teoria da esfera pública de Habermas continue sendo uma estrutura relevante para entender as transformações atuais, é necessário reconhecer suas limitações ao capturar as complexidades das esferas públicas digitais e globalizadas contemporâneas. Novas abordagens teóricas podem ser necessárias para entender plenamente as dinâmicas modernas.

A mídia de massa, como uma força formativa na sociedade contemporânea, desempenha um papel crucial na educação, informação e socialização dos cidadãos. Ao ampliar o acesso ao conhecimento, a mídia facilita o debate público e promove a deliberação democrática, empoderando os cidadãos a participar de forma mais ativa e consciente na esfera pública. No entanto, essa mesma mídia também possui um lado manipulativo, em que sua capacidade de influenciar a opinião pública pode ser explorada para servir a interesses de elites políticas e econômicas. A concentração da propriedade da mídia e a dependência de recursos publicitários criam um ambiente propício à distorção da realidade, favorecendo narrativas que atendem a interesses particulares em detrimento do bem comum.

A ambivalência inerente à função da mídia, que oscila entre seu papel formativo e seu potencial manipulador, traz consequências significativas para a esfera pública Habermasiana. Quando sua integridade é comprometida, a mídia enfraquece a esfera pública, corroendo tanto a confiança do público quanto a qualidade do debate democrático. Diante desse cenário, evidencia-se a necessidade imperiosa de mecanismos regulatórios capazes de garantir que a mídia de massa preserve seu papel educativo, evitando as armadilhas da manipulação. A promoção de uma diversidade de vozes e a transparência nos processos midiáticos são fundamentais para assegurar que a mídia continue a desempenhar sua função essencial na manutenção de uma esfera pública saudável e democrática.

A constituição ambivalente da mídia, com sua dualidade funcional intrínseca, evidencia a complexidade do papel da mídia em sociedades contemporâneas, em que ela pode tanto promover a democracia quanto restringir a pluralidade de vozes. A tensão entre a autonomia da mídia e as diversas formas de controle a que está sujeita reflete os desafios constantes para manter a integridade editorial e ética em um ambiente marcado por pressões comerciais e políticas. Essa dualidade entre a necessidade de autonomia e a realidade do controle externo revela as dificuldades enfrentadas pela mídia ao tentar equilibrar seu papel formativo com as exigências impostas por interesses externos.

Quando a mídia atua como um fórum aberto e pluralista, ela fortalece a deliberação democrática, criando um espaço para o debate informado e inclusivo. Contudo, ao sucumbir a pressões externas e se transformar em um instrumento de manipulação, ela pode enfraquecer a esfera pública, comprometendo tanto a confiança pública quanto a qualidade do debate. Diante disso, é crucial a implementação de uma crítica constante e de mecanismos regulatórios eficazes que assegurem que a mídia maximize seu potencial formativo, minimizando suas tendências manipulativas, para que possa cumprir seu papel vital na promoção de uma esfera pública saudável e deliberativa.

Considerações finais

Embora a TAC forneça um arcabouço normativo robusto para o entendimento e funcionamento da esfera pública, ela enfrenta desafios significativos ao ser aplicada ao

jornalismo contemporâneo, especialmente diante das pressões mercadológicas e das transformações digitais.

Nos tempos atuais, em que a velocidade dada aos meios de comunicação impulsiona a circulação das informações, graças a tecnologia, as evidências apresentadas pelos autores sugerem que, embora princípios fundamentais da TAC - inteligibilidade, veracidade, sinceridade e correção normativa – continuem válidos e adequados para a formação da opinião pública e para a estruturação da comunicação como direito do cidadão, as mudanças sociais e culturais, para além da utilização somente das tecnologias, demandam adaptação do modelo de operacionalização da TAC, sobretudo pelo espaço em que a opinião pública ocorrera, ou seja, dos meios físicos para os virtuais. Portanto, este artigo sugere que, embora os princípios da TAC permaneçam relevantes, eles precisam ser adaptados para enfrentar os complexos desafios da era digital.

Assim, a veracidade, por exemplo, enquanto um dos princípios fundamentais da TAC, estaria em crise pela proliferação de desinformação e pela fragmentação da esfera pública. Na perspectiva de Barbosa (2019), a questão é talvez estejamos vivendo uma crise nos modelos tradicionais de aferição da verdade. Não um questionamento da verdade como relevante, mas sim, uma crise no modo como sabemos se algo é verdadeiro ou não.

Para o jornalismo, que trabalha exatamente com a confiança, a pós-verdade impõe uma necessidade de reinvenção das práticas e, até mesmo, da própria deontologia.

Investigações futuras serão cruciais para testar e refinar a TAC, garantindo que ela continue a oferecer uma base teórica sólida para a prática jornalística em um mundo cada vez mais fragmentado e mediado pelas tecnologias da informação.

Diante da fragmentação da esfera pública exacerbada pela digitalização, surge a questão de como os cidadãos podem desenvolver e manter uma capacidade crítica em relação à curadoria das notícias lidas no meio digital.

Essas questões sugerem áreas promissoras para novas investigações. Estudos futuros poderiam se concentrar em explorar estratégias para fortalecer a capacidade crítica dos cidadãos. Assim, permanece o desafio de compreender se e como os ideais habermasianos podem ser reconciliados com a realidade complexa e multifacetada do jornalismo contemporâneo.

REFERENCIAS

BARBOSA, Mariana. (org). **Pós-verdade e fake news: reflexões sobre a guerra de narrativas.** Rio de Janeiro: Cobogó, 2019. (BRUNO, Fernanda.; ROQUE, Tatiana. A ponta de um iceberg de desconfiança, p. 13-23).

BUCCI, Eugênio. **Existe democracia sem verdade factual?** Barueri, SP: Estação das Letras e Cores, 2019.

D'ANCONA, Matthew. **Pós-verdade: a nova guerra contra os fatos em tempos de fake news**. Barueri, SP: Faro Editorial, 2018. (p. 13-98)

DUNKER, Christian (et. al). **Ética e pós-verdade.** São Paulo, SP: Brasiliense, 2017. Subjetividade em tempos de pós-verdade, p. 9-41

HABERMAS, Jürgen. **Primeira consideração intermediária: agir social, atividade teleológica e comunicação**. In: **Teoria da ação comunicativa**. Vol. 1, cap. III, p. 473-581.

HABERMAS, Jürgen; ASSHEUER, Thomas. **The Players Resign – Core Europe to the Rescue: A Conversation with Jürgen Habermas about Brexit and the EU Crisis**. ZEIT ONLINE, 12 de julho de 2016. Tradução de D. Gow. Disponível em: http://www.zeit.de/kultur/2016-07/juergen-habermas-brexit-eu-crises-english. Acesso em: 20 ago. 2024.

GOMES, W. (2009). **Jornalismo, fato e interesse: o fato como problema.** In W. Gomes. Jornalismo fatos e interesses: ensaios de teorias do jornalismo (pp. 9-27). Florianópolis: Insular.

MARQUES, Ângela Cristina Salgueiro. **Os meios de comunicação na esfera pública**. In: Líbero, Ano XI, nº 21, Jun. 2008, p. 24.

SOUSA, Jorge Pedro. **Uma história breve do jornalismo no Ocidente**. Biblioteca On-line de Ciência da Comunicação, 2008. Disponível em: https://www.bocc.ubi.pt/pag/sousa-jorge-pedro-uma-historia-breve-do-jornalismo-no-ocidente.pdf. Acesso em: 15 ago. 2024.

SIGNATES, Luiz. **Entre Luhmann e Habermas: pressupostos para uma metateoria das tensões comunicacionais**. In: 33º Encontro Anual da Compós, Universidade Federal Fluminense (UFF), Niterói, RJ, 23 a 26 de julho de 2024. Anais... Niterói: Compós, 2024. Disponível em: https://proceedings.science/p/187197?lang=pt-br. Acesso em: 13 ago. 2024.

SUSEN, Simon. **A new structural transformation of the public sphere? With, against, and beyond Habermas**. *Society*, v. 60, n. 6, p. 842–867, 2023. Disponível em: https://doi.org/10.1007/s12115-023-00908-y. Acesso em: 20 ago. 2024.

O(s) autor(es) é(são) responsável(is) pela fidedignidade dos dados apresentados.

DAS INCOMUNICABILIDADES ÀS COMUNICABILIDADES NO CONFLITO MILITAR EM CABO DELGADO

Edgar Mundulai Armindo Barroso[1]

RESUMO

A província de Cabo Delgado, em Moçambique, enfrenta um conflito militar desde 2017, envolvendo insurgentes ligados ao Estado Islâmico e o Governo moçambicano. Esse conflito, alimentado tanto por tensões religiosas como por fatores socioeconômicos, tem causado milhares de mortes e deslocamentos. O estudo disserta sobre os processos (in)comunicacionais entre as partes, explorando possíveis janelas de comunicabilidade que poderiam favorecer um eventual entendimento e/ou resolução do conflito.

Palavras-chave: Cabo Delgado. Insurgência. Incomunicabilidade. Comunicabilidade. Moçambique.

FROM INCOMMUNICABILITIES TO COMMUNICABILITIES IN THE ARMED CONFLICT IN CABO DELGADO

ABSTRACT

The province of Cabo Delgado, Mozambique, has faced a military conflict since 2017, involving insurgents linked to the Islamic State and the Mozambican government. This conflict, fueled by both religious tensions and socio-economic factors, has caused thousands of deaths and displacements. The study discusses the (in)communicational processes between the parties, exploring possible windows of communicability that could foster an eventual understanding and/or resolution of the conflict.

Keywords: Cabo Delgado. Insurgency. Incommunicability. Communicability. Mozambique.

INTRODUÇÃO

A província de Cabo Delgado, uma das mais pobres de Moçambique, apesar de suas vastas reservas de gás natural, tem sido assolada, desde 2017, por uma insurgência militar que opõe grupos islamistas que juraram lealdade ao Estado Islâmico – e conhecidos localmente como *Al-Shabab* (não relacionados ao grupo somali de mesmo nome) – e o Estado moçambicano. Segundo Morier-Genoud (2020), a insurgência islâmica em Cabo Delgado é um fenômeno híbrido que combina extremismo religioso, criminalidade

[1] Doutorando, Programa de Pós-graduação em Comunicação, FIC-UFG, edgarbarroso@discente.ufg.br. Bolsista da GCUB e da FAPEG.

transnacional e queixas socioeconômicas profundamente enraizadas. Paralelamente, as dinâmicas de exploração dos recursos naturais na região têm exacerbado as tensões sociais e catalisado um sentimento de exclusão e injustiça entre as populações locais (Barroso, 2019; Habibe; Forquilha; Pereira, 2019; Vines, 2020; Bonate, 2022; Morier-Genoud, 2023).

O conflito tem sido caracterizado por ataques violentos a aldeias, decapitações e sequestros, contando já com milhares de mortos e centenas de milhar de deslocados (Hanlon, 2022). A resposta do Estado moçambicano ao conflito tem sido militarista, envolvendo também forças internacionais, como a contratação de mercenários e o desdobramento de exércitos de alguns países da Comunidade de Desenvolvimento da África Austral (SADC) e do Ruanda (Bonate, Israel e Rosario, 2024). Ainda segundo estes autores, aliança dos insurgentes com o Estado Islâmico, declarada em 2019, intensificou ainda mais o conflito, resultando no agravamento significativo das condições de segurança na região, no deslocamento interno em massa de civis, e no surgimento de uma crise humanitária, que não se restringe mais às áreas de combate, mas afeta toda a estrutura política, social e econômica de Cabo Delgado.

O presente ensaio visa responder às seguintes questões-problema: de que maneira os processos de incomunicabilidade vigentes entre as partes beligerantes contribuem para a persistência do conflito militar em Cabo Delgado e, apesar desse cenário, que possibilidades comunicacionais podem ser exploradas para um eventual entendimento entre as partes? Como principal hipótese, acreditamos que a forma como a comunicação é utilizada ou restringida reflete as intenções políticas e estratégicas dos atores envolvidos, influenciando diretamente a maneira como o conflito é compreendido e desenvolvido. Por conseguinte, ao explorar a questão de pesquisa, o estudo busca evidenciar o papel crucial da comunicação – ou da sua ausência – na prevalência (ou não) do conflito na região.

Nesse contexto, mais do que propor formas de resolução do conflito em Cabo Delgado, procuraremos, como objetivo principal do estudo, reflectir sobre as possibilidades comunicacionais e incomunicacionais que, se devidamente exploradas, poderão contribuir para um melhor entendimento – e, quiçá, resolução – do conflito. Nessa perspectiva, o estudo ancorar-se-á, metodologicamente, numa abordagem teórico-reflexiva assente em revisão bibliográfica, tanto do campo da comunicação como do problema em análise. Julgamos que tal combinação permitirá não apenas teorizar sobre o problema em concreto,

mas também contextualizar suas descobertas dentro de um arcabouço teórico relevante, garantindo a validade científica da pesquisa e eventual aplicabilidade prática dos resultados.

1. Enquadramento teórico

O conflito militar em Cabo Delgado, Moçambique, apresenta-se como um cenário complexo onde se entrelaçam questões de poder, identidade e comunicação. No que concorre para a prevalência do conflito, destacam-se duas visões antagônicas: por um lado, o princípio weberiano do monopólio do uso legítimo da violência e a política de "não negociação com terroristas" por parte do Governo moçambicano; e, por outro lado, a luta pela instauração forçada de um "Estado Islâmico" por parte dos insurgentes islâmicos. Estes dois projetos de poder revelam profundas dinâmicas de (in)comunicação que são essenciais para compreender a natureza e as implicações da continuidade *ad infinitum* deste conflito.

O fundamentalismo islâmico, como manifestado pelos insurgentes em Cabo Delgado, possui uma "natureza altamente comunicacional" (Signates, 2020, p. 502), que se expressa através de atos violentos e espetaculares, como ataques terroristas, que podem ser, em essência, formas de comunicação midiática. Por conseguinte, esses atos não podem ser considerados meros episódios de violência isolada, mas estratégias deliberadas para alcançar visibilidade e legitimidade. Nesse contexto, tal fundamentalismo busca "legitimação social", não pelo convencimento ou pelo consenso, mas pelo "reconhecimento de sua presença, de sua força, de seu lugar privilegiado de verdade e poder" (Signates, 2020, p. 506). Mais ainda, sobre o terrorismo como um processo comunicacional

> os meios de comunicação não são simplesmente atores externos que trazem passivamente as notícias de incidentes terroristas ao público global, mas são cada vez mais vistos como agentes ativos na própria conceitualização dos eventos terroristas (Freedman; Thussu, 2012, p. 10).

No mundo contemporâneo, isso significa, segundo a perspetiva de Freedman e Thussu (2012), que os meios de comunicação não apenas definem, mas também constituem esses eventos, resultando em fenômenos como 'terrorismo mediatizado', 'terrorismo orientado pela mídia', 'guerra midiatizada' e 'terrorismo massivamente mediado'.

É nossa percepção que essa comunicabilidade está, paradoxalmente, enraizada na incomunicabilidade. Os insurgentes islâmicos utilizam a violência como um meio de comunicação que visa impor sua visão de mundo, silenciando qualquer forma de diálogo ou negociação que possa ameaçar sua identidade dogmática. Com efeito, concordamos que "a dogmatização é a propensão comunicativa da promoção da incomunicabilidade" (Signates, 2020, p. 498), e é por essa perspetiva, acreditamos, que o grupo fundamentalista busca afirmar seus princípios – incluindo meios violentos – e excluindo qualquer divergência. Assim sendo, isso evidencia uma dinâmica onde a incomunicabilidade não é a ausência de comunicação, mas sim uma comunicação controlada e limitada, voltada para reforçar a identidade, o poder e as pautas reivindicativas do grupo insurgente. Portanto, o exercício da violência pelos insurgentes acaba sendo uma ação comunicativa assente numa lógica de legitimação através da performance (Horsfield, 2016).

Adicionalmente, concordamos com Signates (2020) quando afirma que a dogmatização acaba sendo "um modo comunicacional de institucionalização da identidade religiosa [onde há uma luta constante pelo] silenciamento das diferenças, seja pela submissão, seja pela exclusão" (Signates, 2020, p. 499). No contexto de Cabo Delgado, isso se reflete na tentativa dos insurgentes de eliminar qualquer forma de resistência ou diferença que desafie sua visão de um Estado Islâmico. Assim sendo, defendemos que a política do Governo moçambicano de uma solução militarizada reforçada pelo princípio de "não negociação com terroristas" contribui para essa dinâmica, ao reforçar a incomunicabilidade entre as partes em conflito, uma vez que não se abre espaço para o diálogo ou a negociação.

Essa tensão entre comunicabilidade e incomunicabilidade também pode ser entendida através da "espetacularização da violência", onde a incomunicabilidade se traduz em uma forma específica de comunicação permitida ou tolerada pelos insurgentes associados ao Estado Islâmico (Chaliand e Blin, 2016). Ademais, como argumenta Signates (2020), "a dogmatização jamais se realiza como incomunicação e sim busca a incomunicabilidade traduzida na comunicabilidade permitida ou tolerada" (Signates, 2020, p. 500). Ou seja, os insurgentes não rejeitam completamente a comunicação; ao contrário, utilizam-na de maneira seletiva e estratégica – através do exercício da violência – para impor seu dogma, difundir os seus atos e consolidar seu poder. Consequentemente, essa forma de

proselitismo é um “ato de poder simbólico” que busca legitimação através da visibilidade e do medo, mais do que pela persuasão retórica tradicional. Assim sendo, a comunicação através da violência, nesse caso, serve como um instrumento para reafirmar a separação entre os insurgentes e o resto da sociedade, consolidando a incomunicabilidade como um elemento central da sua estratégia.

Resumidamente, o conflito em Cabo Delgado pode ser compreendido como uma dialética entre comunicabilidade e incomunicabilidade. De um lado, o Estado moçambicano, ao adotar uma solução militar e uma política de “não negociação”, reforça a incomunicabilidade, isolando os insurgentes e impedindo qualquer forma de diálogo. Por outro lado, os insurgentes utilizam a violência como uma forma de comunicação estratégica, buscando legitimação e visibilidade através da inerente incomunicabilidade. Este cenário revela uma dinâmica complexa onde a comunicação e a incomunicabilidade se entrelaçam, moldando as possibilidades e os limites do conflito.

2. Religião e violência vs. Estado e violência: incomunicabilidades em cheque?

John Hall (2003) argumenta que a relação entre religião e violência tem sido uma constante ao longo da história da humanidade, com várias religiões, desde tempos antigos, utilizando a violência para alcançar ou sustentar seus objetivos, como o Zoroastrismo, o Judaísmo antigo, o Cristianismo nas Cruzadas e Inquisição, e o Islã com o conceito de *jihad*. Ainda segundo o autor, no mundo moderno essa conexão ainda persiste, evidenciada pelas dinâmicas de construção do Estado-nação na Europa e da colonização no resto do mundo, pela visão ocidental da Guerra Fria como um confronto entre a Cristandade e o Comunismo “anti-Deus”, ou pelos conflitos de status do final do século 20 e início do século 21, todos atestando que a religião continua a ser uma base central para a organização da violência.

Magnani (2024) argumenta que, atualmente, vivemos “em um renascimento da centralidade da religião na política e na mídia, e, consequentemente, a religião parece estar no centro de grande parte das preocupações e inquietações das pessoas em todo o mundo” (Magnani, 2024, p. 251). Para este autor, ainda que amplificado pelo terrorismo fundamentalista islâmico, esse renascimento coincide, igualmente, com o surgimento de

novos conflitos e violências, a nível interno (fanatismo, racismo, xenofobia) e a nível externo (ataques terroristas violentos e as consequentes 'guerras preventivas').

Propomos um interlúdio para introduzir o Islã político – também conhecido por Islamismo. O islamismo é, essencialmente, um "projeto político que visa estabelecer o Estado Islâmico" (Ismail, 2001, p. 39). É, por outra, uma doutrina e/ou movimento que sustenta que o Islã possui uma teoria sobre política e Estado, discurso esse que se manifestou com mais vigor no mundo árabe como um movimento basicamente anti-Estado (Ayubi, 1991). O chamado Estado Islâmico tem o califa como única fonte de poder político real, guiado pela palavra revelada em tudo o que faz, aplicando a *shari'a* de maneira justa e equitativa tanto para com Deus quanto para com seu povo, e legitimado por uma autoridade "quase divina (...), e a oposição a ele, trazendo discórdia à comunidade islâmica, é considerada equivalente a uma verdadeira blasfêmia" (Ayubi, 1991, p. 24).

Outros autores compartilham essencialmente a mesma definição sobre o Islamismo (ou Islã político). Ela pode, consequentemente, englobar ideologias e movimentos que buscam restabelecer uma "ordem islâmica" por meio de um Estado religioso, da lei *shari'a* e de códigos morais nas sociedades e comunidades muçulmanas (Bayat, 2013). Ou pode ser uma instrumentalização do Islã, baseada em uma reapropriação do passado e na "invenção da tradição" em termos de uma noção romantizada de uma idade de ouro amplamente mítica, a fim de "purificar" as sociedades muçulmanas das "impurezas" e "acréscimos" que são tidas como a razão do declínio muçulmano (Ayoob, 2004).

Mandaville (2014), ao tentar articular uma explicação intrinsecamente religiosa para a persistência do islamismo no mundo muçulmano, afirma o seguinte:

> O Islã é frequentemente representado como um modo de vida "abrangente" que permeia todos os setores da atividade e experiência humana entre seus seguidores. A ideia da conexão divina de todas as coisas, como invocada pelo preceito central de *tawhid* ("unicidade"), é frequentemente interpretada como uma implicação de que no Islã não faz sentido falar da separação da religião de qualquer outro domínio da vida. No domínio da política, essa ideia é mais comumente expressa através do axioma *al-islam din wa dawla* ("o Islã é [ao mesmo tempo] religião e Estado")—uma formulação que, embora reconheça a possibilidade de uma distinção conceitual entre essas duas esferas, refuta a possibilidade prática de sua separação no Islã (Mandaville, 2014, p. 14).

Segundo Lav (2012), teorizando sobre o radicalismo islâmico, há uma "escola que predomina hoje entre os jihadistas globais, comumente conhecida como a escola salafista jihadista (*al-salafiyya al-jihadiyya*)" (Lav, 2012, p. 2). Baseando-se no que considera o papel da teologia da fé no Islã radical atual, o mesmo autor afirma que há um "aumento do radicalismo sunita nas últimas décadas [que afirma que] os governos contemporâneos que governam por leis feitas pelo homem são apóstatas e devem ser derrubados" (Lav, 2017, p. 5–7). Esse jihadismo salafista, de acordo com o autor, tem como inimigos regimes apóstatas e busca "uma ideologia total que subsume todas essas variações sob uma batalha global, até mesmo cósmica, entre fé e descrença" (Lav, 2017, p. 201). Esta versão do Islã político – que exclui, portanto, toda e qualquer possibilidade de comunicação com formas alternativas de organização social e política – pode ser o que tem contribuído para a prevalência do conflito em Cabo Delgado.

Com efeito, o grupo insurgente que tem atuado em Cabo Delgado já apareceu, por diversas vezes, a defender essa visão politizada do Islã (Habibe, Forquilha e Pereira, 2019; Morier-Genoud, 2023). Não obstante, para além de se terem declarado aliados ao Estado Islâmico e de serem uma expressão local do jihadismo transnacional, a insurgência é também conotada com dinâmicas locais de (sub)desenvolvimento, ramificações transnacionais de crime organizado e resistência local a fragilidade estatal na provisão de bens e serviços públicos (Barroso, 2019; Hanlon, 2022; Bonate, 2022; Cambrão; Julião, 2022). Com efeito, tal como assevera Bonate (2022)

> Embora pouco compreendido, esse conflito parece ser uma resistência contra o Estado moçambicano, concebido por seus opositores como um Estado corrupto que abusa do poder. Portanto, o conflito se revela como uma insurgência irregular, no sentido clássico de atividade político-militar prolongada, voltada para o controle total ou parcial dos recursos de um país ou região, por meio do uso de forças militares irregulares e organizações políticas ilegais. Os atos, incluindo guerrilha, terrorismo, mobilização política, propaganda, recrutamento, organização clandestina e atividade internacional são projetados para enfraquecer o controle e a legitimidade do Estado e para aumentar o controle e a legitimidade dos insurgentes (Bonate, 2022, p. 520).

Acreditamos que esta última perspetiva lança, em termos de possibilidades comunicacionais, uma janela de oportunidade. Efetivamente, sob ponto de vista da economia política de conflitos armados do género, a solução para o conflito de Cabo Delgado passaria pela predisposição do Governo moçambicano, para além da solução

militarista, em "investir na comunidade, dar resposta às questões da pobreza sistémica e respeitar os direitos económicos, sociais e culturais dos residentes" (Cambrão; Julião, 2022, p. 67).

No entanto, a relação entre o Estado e violência encontra em Max Weber (2015) uma das suas mais influentes teorizações: o argumento do uso legítimo da força como uma das características fundamentais do Estado moderno. Segundo este autor, o Estado acaba sendo a instituição humana que, dentro de um determinado território, chama para si, de modo exclusivo e de forma efetiva, o monopólio do uso legítimo da violência física. Essa definição implica, por conseguinte, que o Estado detém o poder exclusivo de empregar a força física para manter a ordem e implementar as leis, sendo essa capacidade o que o diferencia de outras formas de organização social ou política. Por essa via, o controle sobre o uso da força, para Weber, passa a ser essencial para o exercício da sua soberania e autoridade.

Consideramos que, no conflito de Cabo Delgado, o Estado moçambicano tem feito, a bem ou a mal, uma interpretação literal dessa prerrogativa. Segundo Nikolakakis (2024), o próprio Max Weber estabeleceu reservas sobre o conceito de legitimidade de uso da força como instrumento de estabilidade de uma ordem incorporada no Estado, referindo que

> Weber aborda a legitimidade de forma formalista e com um alto nível de abstração, enquanto evita deliberadamente concentrar sua atenção nas flutuações históricas das ideias políticas que lhe conferem seu conteúdo normativo ao longo do tempo. Seu objetivo não é construir uma teoria política, mas principalmente nos lembrar da contínua validade empírica da legitimidade baseada unicamente na fé dos súditos nela (Nikolakakis, 2024, p. 6).

Se comunicação é "todo e qualquer processo de troca simbólica capaz de gerar algum tipo de vínculo social" (Signates; Moraes, 2019, p. 23), acreditamos que a opção por uma solução militar e de não-negociação para a resolução do conflito em Cabo Delgado, por parte do Estado moçambicano é – tal como a opção dos insurgentes de instauração incondicional de um Estado islâmico localmente – uma incomunicação. Ao privilegiar o uso da força sobre o diálogo, o Estado moçambicano não só exclui a possibilidade de entender as motivações dos insurgentes, mas também impede a construção de eventuais vínculos que poderiam facilitar a resolução pacífica do conflito – esta última que é, a nosso ver, uma janela de comunicabilidade por excelência. Portanto, a opção militar, ao invés de criar um

espaço para a troca simbólica e o entendimento mútuo, perpetua a hostilidade e a divisão, reforçando a incomunicabilidade entre as partes envolvidas e agravando o conflito.

Abriremos um breve interlúdio para procurar contextualizar, historicamente, essa postura de intransigência. Com efeito, o processo de construção do Estado em Moçambique sempre esteve envolto em anomalias históricas e contextuais que tem ciclicamente beliscado a sua legitimidade. Tal como apregoa Meneses (2015), o Estado moçambicano foi construído, após a independência proclamada em 1975, como

> um projeto nacional criado a partir de um conjunto de referências memoriais associadas a uma certa elite política [o movimento de libertação denominado Frente de Libertação de Moçambique – FRELIMO – que, após a independência, assumiu o poder e adotou um sistema político marxista-leninista de partido-Estado], funcionando como uma estratégia poderosa de afirmação e legitimação da narrativa oficial [que excluiria toda e qualquer outra, então e atualmente] (Meneses, 2015, p. 12).

Como sustenta esta autora, essa construção simbólica do Estado, voltada para consolidar a autoridade e a legitimidade da elite no poder, teve, como consequência, um distanciamento significativo entre o Estado e grande parte da população. Portanto, o projeto nacional moçambicano foi deliberadamente estruturado de modo a privilegiar uma narrativa oficial, enquanto marginalizava ou apagava outras memórias e perspetivas que não se alinhassem – ou que não se alinhem – com o discurso hegemônico. Essa abordagem centralizadora e elitista tem resultado em uma exclusão sistemática das vozes e experiências de uma significativa fração da população moçambicana – incluindo os real ou potencialmente representados pelos atuais insurgentes islâmicos – criando um fosso entre o Estado e os cidadãos que ele deveria representar e servir.

Nesse desiderato, a hegemonia da concepção de unidade nacional promovida pelo Estado moçambicano (ou por quem o controla e dirige), ao ignorar ou minimizar as crenças, percepções e necessidades específicas de determinados grupos sociais, contribuiu para uma permanente crise da legitimidade estatal. Por conseguinte, quando o Estado passou a ser percebido como ausente ou opressor, incapaz de responder às demandas sociais e de promover o bem-estar coletivo, o sentimento de pertencimento e lealdade para com ele, por parte desses grupos sociais – excluídos, marginalizados e/ou silenciados – foi se enfraquecendo (Bonate, Israel e Rosario, 2024).

Assim sendo, acreditamos que a deslegitimação estatal levou à busca por alternativas que oferecessem sentido e proteção, seja por meio de projetos políticos, ideológicos ou religiosos. No contexto de Cabo Delgado, especificamente, essa desconexão com o Estado levou parte da população local a criar ou a se alinhar a um movimento – religiosamente jihadista e socioeconomicamente sindicalista – que tem oferecido narrativas e promessas diferentes das do *status quo*, exacerbando a instabilidade e a prevalência do conflito militar na região (Barroso, 2021; Bonate, 2022; Hanlon, 2022; ; Morier-Genoud, 2023).

3. Das possibilidades comunicacionais para o conflito em Cabo Delgado

Retomamos, neste ponto, a nossa questão-problema: existem, perante tais dialéticas sociopolíticas prevalecentes em Cabo Delgado, possibilidades comunicacionais? A nossa resposta é afirmativa. Com efeito, compactuamos com o conceito de comunicação não apenas como uma transmissão de informações, mas sim uma relação que conecta diferentes consciências, enfatizando a dimensão relacional como essencial nos processos sociais (Mainieri, 2016). Ou, colocado de um modo mais preciso, repetimos que comunicação é "todo e qualquer processo de troca simbólica capaz de gerar algum tipo de vínculo social" (Signates; Moraes, 2019, p. 23). Partindo dessa percepção da comunicação como um processo pelo qual indivíduos ou grupos transmitem e recebem informações, ideias, pensamentos, sentimentos e significados, é inquestionável a sua importância como uma força motriz para mudanças sociais, políticas e econômicas e culturais.

Assim sendo, a prevalência do conflito em Cabo Delgado é denotativa de uma falha ou ausência, para além de outras coisas, de uma comunicação eficaz entre o Estado moçambicano e o grupo insurgente. Tal condição de incomunicação não é, a nosso ver, simplesmente falta de comunicação, mas uma disposição apriorística de incomunicabilidade por via das duas partes beligerantes. Com efeito, se no espaço religioso a incomunicação pode ocorrer devido a divergências de cosmovisões pretensamente irreconciliáveis, no espaço político ela pode ser reflexo de complexas dinâmicas de poder dentro de uma dada sociedade, onde a hegemonia de certa interpretação acaba, invariavelmente, por silenciar todas as outras. No caso de Moçambique, num cenário de profunda diversidade cultural

e/ou religiosa e de tradição política autoritária – que contribui visceralmente para a exclusão social – a incomunicação prevalecente gerou, consequentemente, radicalização e conflito.

Acreditamos na visão de comunicabilidade como a capacidade de uma mensagem, ideia ou informação ser compreendida e assimilada por um público-alvo. Incomunicabilidade, por seu lado, pode referir-se à impossibilidade ou dificuldade de tal mensagem, ideia ou informação ser devidamente compreendida e assimilada. No contexto de Cabo Delgado, onde a comunicação entre as partes beligerantes não existe, as desigualdades políticas, econômicas e sociais têm exacerbado a incomunicabilidade, através da fragmentação social e da marginalização de grupos sociais que, mobilizados pelo extremismo religioso, recorrem à violência organizada. Não obstante, acreditamos que ainda existem possibilidades comunicativas em cada uma das partes: por um lado, derivada da insustentabilidade de um projeto islamista nos modelos propostos pelos insurgentes e, por outro lado, advindas do refreamento da intransigência militarista por parte do Estado moçambicano.

Passaremos a analisar essas possibilidades comunicativas em detalhe. Com efeito, argumenta-se, com raras excepções, que a implementação do Islã político como ideologia (ou movimento, ou projeto) falhou no mundo muçulmano. Há mais de duas décadas, Salwa Ismail (2001) citou o estudioso francês Olivier Roy (1994), autor de um estudo anterior intitulado *The Failure of Political Islam*, como sendo um dos principais defensores desse argumento. Segundo ela, o pensamento de Roy afirma que o islamismo falhou em três aspectos:

1. Movimentos islamistas mudaram a sua abordagem internacionalista, onde o slogan da *umma* – que se refere a uma comunidade transnacional de crentes muçulmanos), uma entidade pan-islâmica – deu lugar a uma espécie de nacionalismo onde os muçulmanos se adaptaram aos limites do Estado-nação.
2. No âmbito interno, os movimentos perderam seu caráter revolucionário, transformando-se em "neo-fundamentalistas" preocupados principalmente com questões de moralidade. O neo-fundamentalismo, por essa via, tem passado a ser caracterizado pelo enfoque crescente dos islamistas na *shari'a* do que em ativismos anti-Estado.

3. No nível individual, para esta autora, o islamismo falhou porque foi engolido pela cultura de consumo; assim, a islamização deixou de ser um projeto envolvendo a tomada do poder estatal, tornando-se um processo que ocorre para além do Estado.

Esta autora refuta esses argumentos, afirmando que eles limitam o político às atividades concernentes apenas ao Estado e ao Governo, ignorando o fato de que os islamistas são estrategistas conscientes e beneficiários de mudanças sociais mais profundas. Assim, a política islamista é tanto flexível quanto resiliente. Seus argumentos podem ser apresentados essencialmente em dois pontos:

1. Para esta autora, esses movimentos islamistas não se desintegraram; eles apenas mudaram suas visões táticas, ideológicas e doutrinárias – nomeadamente, não-confronto, moderação ou integração na política local. Embora a defesa do islamismo e as reivindicações de ortodoxia ainda fossem fortemente ativas e admissíveis no mundo muçulmano, desde que não colocassem diretamente em questão a legitimidade do Estado, seu ativismo na esfera social lhes permitia consolidar poder e contestar o poder estatal (por meio da competição na prestação de serviços públicos e sociais).
2. A autora argumenta que as sociedades muçulmanas – especialmente do Oriente Médio – se tornaram mais conservadoras e visivelmente islâmicas (embora tenham sofrido algumas mudanças e transformações) nas últimas três décadas do século 20 – por exemplo, o uso do véu ou objetos religiosos contendo versículos do Alcorão ou transcrições de ditos do Profeta como mercadorias de mercado. Consequentemente, para a autora, o islamismo como processo (e não apenas um projeto) ainda está presente nessas sociedades, envolvendo uma variedade de atores que buscam diferentes modos de ação, frequentemente redefinindo seus objetivos e reposicionando-se estrategicamente para aproveitar as oportunidades políticas em mudança na região.

Nesse sentido, pode-se argumentar que essa condição presente e, eventualmente, futura, pode ser incorporada na construção teórica que autores como Asef Bayat (2013) chamam de pós-islamismo. Como ele argumenta, o pós-islamismo representa um esforço para fundir religiosidade e direitos, fé e liberdade, Islã e liberdade. Segundo este autor, o

mundo muçulmano está, de alguma forma, testemunhando uma ruptura progressiva nos princípios subjacentes do islamismo – universalismo, monopólio da verdade religiosa, exclusividade e obrigação – em direção a um discurso e política qualitativamente diferentes, baseados em direitos em vez de deveres, pluralidade em lugar de uma única voz autoritária, historicidade em vez de escrituras fixas, e o futuro em vez do passado. Consequentemente, para este autor, há uma "modernidade alternativa" em curso no mundo muçulmano – não pós-islâmica, mas pós-islamista, que simultaneamente favorece um Estado civil e não religioso, com o Islã desempenhando um papel ativo na esfera pública. Esse pode ser um dos desenvolvimentos políticos atuais no Oriente Médio – algo que autores como Esposito, Sonn e Voll (2016) ou Karagiannis (2018) chamam de islamo-democracia.

Assim sendo, de acordo com autores como Esposito, Sonn e Voll (2016), o mundo muçulmano não tem um problema particular com o governo democrático; apenas com o "legado de dominação e desrespeito" ocidental. De fato, esses autores afirmam que "No século 21, os desenvolvimentos políticos em todo o mundo muçulmano mostram o desejo por uma governança mais democrática" (Esposito; Sonn; Voll, 2016, p. 24). Por sua vez, Karagiannis (2018) aponta que há, de fato, uma forma islâmica de democracia, a "*shura* (consulta coletiva)" (Karagiannis, 2018, p. 79). Ele posteriormente apresenta dois tipos principais de democracia que estão em alta em alguns países do Oriente Médio, baseados na participação em eleições – não necessariamente na aceitação completa de valores e normas liberais – onde o conceito de democracia é localmente modificado para acomodar suas próprias realidades e objetivos: "os islamodemocratas e os salafis eleitorais" (Karagiannis, 2018, p. 82).

Sobre a islamo-democracia, Karagiannis (2018) afirma que "a derrubada de líderes árabes de mentalidade secular criou um vácuo político que foi preenchido por islamistas" (Karagiannis, 2018, p. 89). Como exemplos, cita o breve caso da Irmandade Muçulmana no Egito (posteriormente derrubada) ou o bem-sucedido caso de Al-Nahda na Tunísia, bem como o caso único do AKP (como um modelo para o Oriente Médio) na Turquia. Resumindo, este autor apresenta a essência da islamo-democracia da seguinte maneira:

> Os islamodemocratas não buscam a demolição do aparato estatal existente e a construção de um novo estado islâmico, nem rejeitam veementemente a democracia como um sistema ocidental que trabalha contra o espírito do Islã. Esta

> versão do Islã político está intimamente identificada com o estado existente e não apoia a abolição das fronteiras. Ao contrário dos islamistas globalistas que vislumbraram o estabelecimento de um estado islâmico universal que não está embutido em nenhum território particular, os islamodemocratas tendem a abraçar a noção de uma comunidade delimitada. Mais importante ainda, eles estão preparados para acomodar normas e práticas locais em seu universo ideológico. Sua democraticidade não significa necessariamente aceitação dos valores liberais (por exemplo, igualdade de gênero). É mais definida como participação em eleições e reconhecimento do processo constitucional (Karagiannis, 2018, p. 104–105).

Essa perspectiva é compartilhada também por Esposito, Sonn e Voll (2016), segundo os quais, no Oriente Médio, "A escolha pode não ser, então, entre sistemas políticos religiosos e democráticos, mas por alguma combinação dos dois" (Esposito; Sonn; Voll, 2016, p. 25). Outra que corrobora é Addi (2017), segundo a qual "Uma nova ideologia pós-islamista está emergindo com apego igualmente forte à democracia e ao respeito pela vida humana" (Addi, 2017, p. 153), especialmente em países como a Argélia e o Marrocos. Karagiannis (2018) acrescenta o exemplo dos partidos salafis tanto no Egito quanto na Tunísia, surgidos no pós-Primavera Árabe, que têm misturado tanto valores islâmicos conservadores quanto práticas democráticas "para ganhar legitimidade em um momento de aumento da política participativa" (Karagiannis, 2018, p. 125).

Os exemplos e desdobramentos supracitados constituem, a nosso ver, uma alternativa sustentável à *jihad* – ou Islã político com recurso ao terrorismo – em termos de reorientação reivindicativa e ação política, para os insurgentes islâmicos de Cabo Delgado. Vistas como modelo inspirador, acreditamos que eles abrem uma janela de esperança sobre as possibilidades sociopolíticas ao seu dispor. No entanto, para que tal saída seja efetivamente uma possibilidade, uma predisposição menos militarista e autoritária (e mais dialogante e conciliatória) deverá ser adotada por parte do Estado moçambicano.

Com efeito, a literatura disponível sobre o conflito em Cabo Delgado advoga, acertadamente, que o mesmo tem raízes profundas em uma história de extrativismo e marginalização, exacerbadas por fatores religiosos e étnicos. As dinâmicas de extrativismo na região, conforme asseverado por Hanlon (2022), demonstra como o saque de recursos naturais e a colaboração de elites locais com agentes externos têm moldado a dinâmica social e econômica de Cabo Delgado. Esse contexto histórico sugere que o conflito não é apenas uma luta local, mas parte de uma narrativa mais ampla de exploração e marginalização. Assim sendo, defendemos que, em vez de uma abordagem militar que

perpetua a violência e a incomunicabilidade, o Estado poderia buscar criar um espaço de diálogo e negociação que permita uma compreensão mais profunda das demandas e motivações dos insurgentes e das comunidades afetadas.

Especificamente, a abertura daquilo que designamos por "janelas de comunicabilidade" poderia envolver, dentre outras medidas, uma série de estratégias baseadas em princípios de inclusão e reconhecimento. Bonate, Israel e Rosario (2024), ao destacarem a dimensão religiosa e as interpretações locais do islamismo, sugerem a importância de envolver as comunidades muçulmanas em um diálogo significativo sobre suas preocupações e expectativas. Tal abordagem integrativa, acreditamos, pode permitir que o Estado moçambicano – ou, mais precisamente, a elite política que o controla – promova pontes de inclusão que demonstram a impraticabilidade do recurso à violência para a resolução dos desafios de desenvolvimento socioeconômico de Cabo Delgado.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Não há como não concordarmos com Braga (2023), ao asseverar que "as semelhanças permitem a interação, e as diferenças exigem a comunicação" (Braga, 2023, p. 4). Com efeito, consideramos que o conflito em Cabo Delgado é, em grande parte, um conflito sobre (in)comunicação entre percepções e orientações radicalizadas e mutuamente excludentes de um "Estado Islâmico", por um lado, e de um "Estado Weberiano", por outro.

Como possibilidade de solução para as incomunicabilidades no conflito de Cabo Delgado, alinhamos com o pensamento de Hall (2003), segundo o qual

> Mesmo quando a violência é 'interna' à religião, ela está sujeita às mesmas forças que operam de forma mais ampla – competição, controle social, rebelião e revolução. E a violência impregnada de religiosidade muitas vezes está externamente conectada a conflitos sociais mais amplos. Precisamente por causa da capacidade da religião de marcar o sagrado social, as lutas sociais que se tornam sacralizadas continuam a envolver a religião na violência, e de maneiras que tornam essa violência muito mais intratável. Romper essa conexão entre religião e violência é um objetivo importante, mas utópico, que dependerá da promoção da paz com justiça. De forma mais modesta, os estudos sociológicos da religião devem desenvolver um conhecimento reflexivo que possa ajudar a alterar os canais e trajetórias da violência e, assim, mitigar seus efeitos trágicos. Estas são tarefas que merecem nossas energias intelectuais e nosso compromisso social (Hall, 2003, p. 381).

Acreditamos que, nesse esforço coletivo em prol da identificação e maximização de possibilidades comunicativas num cenário de aparente incomunicabilidade, as duas partes beligerantes têm ainda o potencial de se transformarem em entidades conscientes do que se tem mais a ganhar do que a perder com a coexistência e a dialogicidade pacífica como alternativa à (in)comunicação violenta. Addi (2017) é um dos autores que realçamos, nesse desiderato, quando, apresentando um desafio pragmático ao mundo muçulmano, enunciou-se nos seguintes termos:

> Um sistema legal para estabelecer uma comunidade pacífica, em nível nacional ou internacional, é, portanto, indispensável. O objetivo do século XXI é construir um sistema legal global baseado no cosmopolitismo. Um indivíduo tem, de fato, duas identidades: uma relativa às suas origens culturais e uma relativa ao seu valor como ser humano, com direitos naturais e universais. A interpretação medieval do Islã, defendida pelos ulemas e islamistas, está em oposição à natureza cosmopolita dos muçulmanos com seus direitos naturais e universais (Addi, 2017, p. 253).

O futuro do Islã político, globalmente ou no contexto moçambicano, compartilhado neste estudo é o apresentado por Karagiannis (2018), nomeadamente uma "terceira geração de islamitas que representa comunidades muçulmanas dentro e além das fronteiras nacionais [que, atualmente e no futuro próximo, funcionarão como] glocalizadores de ideias e normas universais" (Karagiannis, 2018, p. 180). Portanto, a sua materialização manifesta-se através de uma abordagem mista global e local, afastando-se gradualmente da radicalização violenta para uma maior ativismo político, mas sem deixar de refletir suas diversas realidades culturais e tradições islâmicas.

Ao Estado moçambicano, propomos "alternativas comunicacionais" às medidas militares de soma zero onde as reivindicações socioeconômicas locais não sejam literalmente vistas como uma "ameaça mortal à autoridade do Estado" (Boyle, 2024, p. 470), nomeadamente através da introdução de reformas políticas abrangentes e da criação de vínculos sociais catalisados por práticas governativas que estimulem maior legitimação popular.

REFERÊNCIAS

ADDI, Lahouari. **Radical Arab Nationalism and Political Islam**. Translated by Anthony Roberts. Washington, D.C.: Georgetown University Press, 2017.

AYOBI, Nazih. **Political Islam**: Religion and Politics in the Arab World. London: Routledge, 1991.

AYOOB, Mohammad. Political Islam: Image and Reality. **World Policy Journal**, Fall 2004, p. 1-14.

BARROSO, Edgar. **Violência em Cabo Delgado:** Extremismo Islâmico ou dinâmicas de (falta de) desenvolvimento local?. Disponível em: https://alicenews.ces.uc.pt/?lang=1&id=25823. 2019. Acesso em: 10 jul. 2024.

BARROSO, Edgar. Unidade Nacional nos 45 anos depois da independência de Moçambique: Unidade de quem e para que(m)?. In: MONJANE, Boaventura; CONRADO, Régio (orgs.). **Aporias do Moçambique Colonial**: Estado, sociedade e capital. Cantley, Quebec: Daraja Press, 2021.

BAYAT, Asef. Post-Islamism at Large. In: BAYAT, Asef (ed.). **Post-Islamism:** The Changing Faces of Political Islam. Oxford: Oxford University Press, 2013. Cap. 1.

BONATE, Liazzat J. K. O jihadismo transnacional e a insurgência em Cabo Delgado, Moçambique. **Afro-Ásia**, n. 65, p. 519-553, 2022.

BONATE, Liazzat; ISRAEL, Paolo; ROSARIO, Carmeliza. God, Grievance and Greed: War in Cabo Delgado, Mozambique. **Kronos**, v. 50, n. 1, 2024, Cape Town. Disponível em: https://scielo.org.za/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0259-01902024000100001#back. Acesso em: 11 ago. 2024.

BOYLE, Michael (Ed.). **Non-Western Responses to Terrorism**. Manchester: Manchester University Press, 2019.

BRAGA, José Luiz. O desafio da interação humana e os processadores comunicacionais. **Revista Ecompós**, v. 26, jan.–dez., 2023, p. 1–17.

CAMBRÃO, Pedrito; JULIÃO, Domingos M. Cabo Delgado: guerra fratricida (des)conhecida? Causas e implicações internas a partir de um olhar antropossociológico. **Sociologia**: Revista da Faculdade de Letras da Universidade do Porto, v. XLIV, p. 67-84, 2022. Disponível em: https://doi.org/10.21747/08723419/soc44a4. Acesso em: 10 ago. 2024.

CHALIAND, Gérard; BLIN, Arnaud (Eds.). **The History of Terrorism**: from Antiquity to ISIS. Updated version. Oakland, California: University of California Press, 2016.

ESPOSITO, John L.; SONN, Tamara; VOLL, John O. **Islam and Democracy after the Arab Spring**. New York: Oxford University Press, 2016.

FREEDMAN, Des; THUSSU, Daya Kishan (eds). **Media and Terrorism**: Global Perspectives. London: SAGE Publications Ltd., 2012.

HABIBE, Saide; FORQUILHA, Salvador; PEREIRA, João. Radicalização Islâmica no Norte de Moçambique: O Caso de Mocímboa da Praia. **Cadernos IESE**, n. 17, Maputo, 2019.

Disponível em: https://www.iese.ac.mz/wp-content/uploads/2019/09/cadernos_17.pdf. Acesso em: 28 ago. 2024.

HALL, John R. Religion and Violence: Social Processes in Comparative Perspective. In: DILLON, Michele (Ed.). **Handbook of the Sociology of Religion**. Cambridge: Cambridge University Press, 2003. p. 359-381.

HANLON, Joseph. Mozambique insurgency: Why 24 countries have sent troops. **BBC**, 22 maio 2022. Disponível em: https://www.bbc.com/news/world-africa-61464431. Acesso em: 12 ago. 2024.

HORSFIELD, Peter. The media and religious authority from ancient to modern. In: HOOVER, Stewart (Ed.). **The media and religious authority**. University Park, PA: The Pennsylvania State University Press, 2016. p. 37-66.

ISMAIL, Salwa. The Paradox of Islamist Politics. **Middle East Report**, n. 221, Winter 2001, p. 34-39.

KARAGIANNIS, Emmanuel. **The New Political Islam**: Human Rights, Democracy, and Justice. Philadelphia: University of Pennsylvania State, 2018.

MAGNANI, Lorenzo. **Understanding Violence** – The Intertwining of Morality, Religion, Capitalism and Violence: A Philosophical Stance. 2. ed. Hidelberg: Springer Berlin, 2024.

MAINIERI, Tiago. Comunicação – a polissemia do termo e seus contornos. In: MAINIERI, Tiago. **Um peso, duas medidas** – desvelando a comunicação pública na sociedade mediatizada. 1. ed. Goiânia: Gráfica UFG, 2016. p. 27-39.

MANDAVILLE, Peter. **Islam and Politics**. New York: Routledge, 2014.

MENESES, Maria. Xiconhoca, o inimigo: Narrativas de violência sobre a construção da nação em Moçambique. **Revista Crítica de Ciências Sociais**, v. 106, p. 9–52, 2015.

MIKOLAKAKIS, Nikolaos. Legitimacy, power, and authority: a Weberian perspective. **Revista Sociedade e Estado**, v. 39, n. 1, 2024. Disponível em: https://www.scielo.br/j/se/a/3wGCk5GFWrkdqGr5rZ6LY8n/?format=pdf&lang=en. Acesso em: 13 ago. 2024.

MORIER-GENOUD, Eric. The Jihadi Insurgency in Mozambique: Origins, Nature and Beginning. **Journal of Eastern African Studies**, v. 14, n. 3, p. 396-412, 2020.

MORIER-GENOUD, Eric. **Towards Jihad?** Muslims and Politics in Postcolonial Mozambique. New York: Oxford University Press, 2023.

ROY, Olivier. **The Failure of Political Islam**. Cambridge: Harvard University Press, 1994.

SIGNATES, Luiz.; MORAES, Angela. A cidadania como comunicação: estudo sobre a especificidade comunicacional do conceito de cidadania. In: SIGNATES, Luiz.; MORAES, Ângela (Org.). **Cidadania comunicacional**: teoria, epistemologia e pesquisa. Goiânia: Gráfica UFG, 2019, p. 14-34.

SIGNATES, Luiz. O fundamentalismo como proselitismo de legitimação: o que há de comunicação na incomunicabilidade religiosa. **Horizonte**, Belo Horizonte, v. 18, n. 56, p. 485-512, maio/ago. 2020.

VINES, Alex. The insurgency in northern Mozambique has got worse. Why? **Mail & Guardian**, 31 mar. 2020. Disponível em: https://mg.co.za/article/2020-03-31-the-insurgency-in-northern-mozambique-has-got-worse-why/. Acesso em: 12 ago. 2024.

WEBER, Max. Política como vocação. In: WEBER, Max. **Ciência e política**. Porto Alegre: Martin Claret, 2015. p. 61-139.

O autor é responsável pela fidedignidade dos dados apresentados.

FALANDO SOBRE AUTISMO ENTRE AUTISTAS: UM RELATO DE EXPERIÊNCIA SOBRE O PODCAST INTROVERTENDO

Tiago Abreu[1]
Ana Carolina Macêdo Cardoso[2]
Luiz Signates[3]

RESUMO

O artigo traz um relato de experiência do podcast brasileiro Introvertendo, lançado em 2018 e encerrado em 2023. A análise abrange o caráter do podcast, com o questionamento se é uma expressão de ativismo e se enquadra como jornalismo ou entretenimento. O texto explora ainda a transição do papel público dos participantes e suas narrativas pessoais. A discussão se estende à possibilidade de considerar o podcast uma produção artística, a partir da menção de episódios que exploram elementos sonoros, críticas e referências culturais.

Palavras-chave: Autismo; Deficiência; Podcast; Relato de experiência.

TALKING ABOUT AUTISM AMONG AUTISTIC PEOPLE: AN EXPERIENCE REPORT ON THE INTROVERTENDO PODCAST

ABSTRACT

The article reports on the experience of the Brazilian podcast Introvertendo, released in 2018 and ended in 2023. The analysis covers the character of the podcast, questioning whether it is an expression of activism and whether it qualifies as journalism or entertainment. The text also explores the transition between the public role of the participants and their personal narratives. The discussion extends to the possibility of considering the podcast an artistic production, based on the mention of episodes that explore sound elements, criticism and cultural references.

Keywords: Autism; Disability; Experience report; Podcast.

INTRODUÇÃO

Ao longo das últimas décadas, as definições de autismo se ampliaram da noção de "autismo infantil" para a definição de Transtorno do Espectro do Autismo (TEA) que, de acordo com a quinta edição do Manual Diagnóstico e Estatístico de Transtornos Mentais da Associação Psiquiátrica Americana (DSM-V), de 2013, é uma condição do

[1] Doutorando do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Goiás. E-mail: tiagoabreupro@gmail.com.
[2] Mestranda do Núcleo de Pós Graduação em Arquitetura e Urbanismo da Universidade Federal de Minas Gerais. E-mail: cardosocarolinabo@gmail.com.
[3] Pesquisador Produtividade 2 (CNPq). Docente dos PPGs Comunicação (UFG) e Ciências da Religião (PUC-Goiás). Doutor (USP). E-mail: signates@ufg.br.

neurodesenvolvimento caracterizada por impedimentos nos domínios de comunicação e interação social, além de padrões restritos de comportamento (APA, 2013) e, portanto, está presente em todas as fases da vida.

Como Cascio (2019) e Davidson e Orsini (2013) sinalizam, o autismo é um tema de interesse de profissionais da educação e saúde, e de pesquisadores de campos que dialogam com as ciências sociais, antropologia, estudos culturais e, no contexto deste artigo, as questões do campo da Comunicação. Esta discussão parte do pressuposto de que a história do autismo, nos últimos 80 anos e a nível internacional e nacional, esteve atravessada por relações midiáticas e produções em diferentes interfaces, seja jornais, revistas, televisão ou mídia eletrônica (Donvan; Zucker, 2017).

No Brasil, em especial, essa produção midiática se fez presente desde meados da década de 1950, a partir de notícias traduzidas a partir de agências internacionais e, mais tarde, com a utilização de cartas de leitor em jornais de grande circulação pelas quais familiares chamaram a atenção por um olhar para o autismo (Lopes, 2019). Essa expressão permitiu a formação de vínculos e de um ativismo institucional que gerou as primeiras associações de autismo do país, como a Associação de Amigos do Autista (AMA), cujas atividades se iniciaram em São Paulo no ano de 1983.

A partir da década de 1980 e mais intensamente nos períodos seguintes, pessoas diagnosticadas com autismo passaram a compartilhar suas vivências e perspectivas sobre o autismo por meio de livros e conversas em fóruns, sobretudo em países anglófonos (Kapp, 2020). Davidson (2008) descreve que os vínculos criados por autistas na internet influenciaram como o autismo passou a ser socialmente lido, e, em alguns casos, essa interação entre pessoas no espectro caracterizou a construção de uma cultura autista (Sinclair, 2005).

Nesse sentido, a participação autista na comunidade do autismo também abrangeu a produção de podcasts, inclusive no Brasil. Segundo mapeamento de Abreu e Pavan (2021), o primeiro programa sobre autismo do país foi lançado em 2007, mas o uso do formato por pessoas autistas só se deu a partir de 2018. Em 2021, a maioria dos podcasts centrados na temática do autismo no Brasil em atividade eram produzidos por pessoas com o diagnóstico.

O primeiro podcast produzido por autistas no Brasil, Introvertendo, é o objeto deste relato de experiência que, segundo Mussi, Flores e Almeida (2021, p. 63), é um “tipo de produção de conhecimento, cujo texto trata de uma vivência acadêmica e/ou profissional em

um dos pilares da formação universitária". De acordo com os autores, o objetivo principal do relato de experiência é a forma como a atividade em questão é descrita. Neste sentido, textos do gênero também precisam ter reflexão crítica e embasamento científico.

Uma escrita baseada no relato de experiência pode suscitar dúvidas quanto ao papel exercido por pessoas autistas no debate conceitual e social sobre o autismo. Ao longo da história, ativistas autistas eram encarados por familiares e demais pessoas interessadas na causa do autismo com um interesse desmedido em suas vivências pessoais, o que fez surgir a expressão *self-narrating zoo exhibit* (Sinclair, 1994), que descreve uma desumanização de autistas ao serem vistos como um repositório de informações e, assim, não terem um controle sobre suas próprias expressões.

Mesmo assim, relatos individuais ou autobiográficos de pessoas autistas continuaram a existir, inclusive no processo de construção do conhecimento científico. Neste sentido, este trabalho faz coro a autores como Hillary (2020) e Tumlin (2019) que, com suas ressalvas, expressam a importância de observar o autismo além da experiência e/ou num aspecto em que as experiências não sejam generalizáveis para todos os casos de autismo, ao mesmo tempo em que não se despreza as narrativas vividas.

O Introvertendo, enquanto projeto capitaneado e produzido por autistas, recebeu cobertura da literatura em vários âmbitos, seja pelo conteúdo dos episódios e o que provocam nos ouvintes sem deficiência (Pessoa; Salvino, 2020), seus recursos de acessibilidade (Pinheiro, 2020), a abordagem de temáticas como gênero e sexualidade (Nascimento; Vargas; Bezerra, 2023) e até mesmo as publicações em mídias sociais como o Instagram (Ries, 2023). O objetivo deste artigo, então, é ampliar perspectivas ainda não abordadas por outros autores sobre a produção, ao mesmo passo que possa garantir reflexões em primeira pessoa sobre o ato de falar sobre o autismo.

UM PODCAST ONDE AUTISTAS CONVERSAM

Inaugurado em 11 de maio de 2018 como desdobramento de um grupo terapêutico destinado a estudantes autistas do programa de saúde mental Saudavelmente, vinculado à Pró-Reitoria de Assuntos Estudantis (PRAE) da Universidade Federal de Goiás (UFG), o podcast Introvertendo teve sua origem na iniciativa independente de Tiago Abreu, Luca Nolasco, Michael Ulian, Otávio Crosara e Marcos Carnielo Neto. O projeto esteve ativo até 22 de setembro de 2023, somando um catálogo total de 260 episódios publicados. De 2020 até

o final de suas atividades, o projeto contou com produção da Superplayer & Co, *startup* de tecnologia radicada em Porto Alegre.

Parte da inspiração para o projeto veio a partir do audiodocumentário "Autismo e Autonomia", produzido como atividade final para a disciplina de Radiojornalismo, cursada no segundo semestre de 2017 por Abreu e orientada pelo professor Ricardo Pavan. Entre os entrevistados, estavam três dos cinco fundadores do Introvertendo: Luca, Michael e Otávio, além da psicóloga Tatiana Dunajew, do Saudavelmente, coordenadora do grupo terapêutico. O audiodocumentário concorreu ao Intercom Centro-Oeste de 2018, mas perdeu na etapa regional. Por outro lado, o podcast, como um desmembramento do trabalho desenvolvido na disciplina, venceu o Intercom Centro-Oeste de 2019 e foi premiado na categoria Produção Multimídia no Expocom Nacional daquele ano[4].

Ao longo dos anos, o programa recebeu outros reconhecimentos. Em dezembro de 2020, o Introvertendo foi anunciado como um dos melhores podcasts brasileiros do ano pela Apple[5]. Em abril de 2024, o Introvertendo recebeu o Prêmio Orgulho Autista Brasil, promovido pelo Movimento Orgulho Autista Brasil (MOAB), na categoria Reportagem difundida por Rádio ou Podcast, pela produção referente ao ano de 2023[6].

O título "Introvertendo" surgiu a partir de um *brainstorming* entre os fundadores, com a proposta de pensar um nome para o programa que não contivesse as expressões "autismo" e "podcast". Na ocasião, Luca Nolasco sugeriu o título escolhido como uma referência ao estereótipo de pessoas autistas serem vistas como sujeitos tímidos, introvertidos e fechados. Já o slogan "um podcast onde autistas conversam" foi uma adaptação de uma fala dada por Michael Ulian no audiodocumentário "Autismo e Autonomia".

A formação do projeto passou por variações ao longo do seu tempo de existência. A formação final foi composta por três dos fundadores, Luca Nolasco, Michael Ulian e Tiago Abreu, e mais quatro integrantes de outros estados, os quais foram Thaís Mösken (de São Paulo, residente em Santa Catarina), Paulo Alarcón (do Rio de Janeiro, residente em São

[4] Disponível em: <https://portalintercom.org.br/uploads/wysiwyg/vencedores-expocom-2019.pdf>. Acesso em: 21 nov. 2024.
[5] Disponível em: <https://www.canalautismo.com.br/noticia/podcast-de-autistas-e-eleito-pela-apple-um-dos-melhores-de-2020/>. Acesso em: 21 nov. 2024.
[6] Disponível em: <https://www.canalautismo.com.br/noticia/premio-orgulho-autista-retorna-e-lista-de-vencedores-de-2024-e-anunciada/>. Acesso em: 21 nov. 2024.

Paulo), Willian Chimura (de São Paulo, residente no Rio Grande do Sul e em Minas Gerais) e Carol Cardoso (do Pará, residente no Amapá e em Minas Gerais). Michael, natural do Paraná, permaneceu em seu estado natal a maior parte do tempo do projeto. Duas características comuns entre todos os integrantes era a formação superior em universidade pública e o diagnóstico tardio de autismo.

No primeiro semestre de 2023, parte do catálogo do podcast passou a ser transmitido semanalmente pela rádio Furg FM, emissora da Universidade Federal do Rio Grande (Furg). O programa era geralmente transmitido aos sábados. A partir de outubro daquele ano, a reprodução passou a ocorrer aos domingos, com reprises nas quintas[7].

DIÁLOGO ENTRE AUTISTAS

O slogan "um podcast onde autistas conversam" também se refere ao fato do podcast ser produzido apenas por pessoas diagnosticadas com autismo. Isso também soa como uma provocação: se o autismo, enquanto diagnóstico, é definido por déficits na comunicação social (APA, 2013), como seria uma interação entre esses sujeitos? Nesse sentido, Ries (2023) defende que as experiências apresentadas por pessoas autistas trazem singularidades dentro do espectro do autismo e contestam um modo de vida padrão do sistema capitalista.

> Tiago Abreu, que é criador do Introvertendo, o primeiro podcast do Brasil sobre autismo, encontrou nesse formato discursivo uma oportunidade para reunir sujeitos autistas e conversarem sobre aspectos da vida cotidiana e da sociedade, sempre com um diálogo natural e orgânico. Os temas das conversas, disponibilizadas em diferentes plataformas de áudio, acompanham esse movimento de revelar suas corporalidades. Os áudios entregam, no entanto, uma forma muito particular de acesso e essas vivências. São autistas tratando do seu cotidiano, mostrando as suas perspectivas, aquilo que observam e sentem, o que os toca, incomoda, violenta ou anima, agrada. Explicam sobre o ser autista, defendem seus argumentos e trazem seus pleitos. Ainda deixam de lado tudo o que pouco importa, ou seja, detalhes que poderiam pertencer às expectativas de um ouvinte neurotípico, mas que não são considerados nos discursos autistas. Ou seja, parecem mesmo definir outra temporalidade (Ries, 2023, p. 143).

Até a segunda metade da década de 2010, pessoas autistas com diagnóstico tardio no Brasil faziam uso de múltiplas interfaces, como canais em vídeo no YouTube, textos em blogs

[7] Disponível em: <https://www.furg.br/es/advertencias/furg-fm-informa-alteracao-na-sua-grade-de-programacao>. Acesso em: 10 dez. 2023.

e livros (Abreu, 2022a). No entanto, em maior parte, essa produção se dava por meio de expressões e falas individuais.

Dentro do ambiente terapêutico do Saudavelmente e do relacionamento em grupo, um tipo diferente de interação, marcada pela coletividade, passou a ser percebida. Mais tarde, para a exposição, o podcast foi escolhido como a mídia mais adequada, visto que o mesacast é o formato mais popular e disseminado no Brasil. Segundo Figueira e Bevilaqua (2020, p. 35), o formato mesacast (ou bate-papo) é "programa para conversar com amigos ou com a participação de convidados sobre algo que se entende ou gosta. Pode ter o tom engraçado, descontraído ou tratar assuntos sérios com leveza".

Na prática, conforme o contato já estabelecido pelos podcasters nos anos de terapia, as conversas assumem um grau de proximidade e intimidade entre os integrantes. Isso propicia, com base em Almeida e Viana (2019) e Balacó, Guimarães e Rutilli (2023), uma perspectiva comum de que diálogos em episódios de podcasts baseados no chamado mesacast podem soar mais próximos a uma roda de conversa entre amigos do que outros formatos, sobretudo quanto a sua informalidade.

O Introvertendo se originou como um podcast de autistas e não, necessariamente, um podcast sobre autismo. Isso permitiu que os primeiros episódios explorassem os mais variados temas além do diagnóstico, como transporte, dinossauros, celulares, música e futebol. Apesar de tais temas não necessariamente estarem vinculados ao autismo e suas características, a forma de exposição e debate estava diretamente influenciada pelas singularidades do autismo.

Ao longo do tempo, o programa se transformou em um podcast sobre autismo produzido por autistas. Entre as razões para tal mudança, é possível destacar duas: 1) Demanda do público, visto que os episódios focados em aspectos do autismo tinham um número de downloads superior aos demais; 2) Missão do programa, já que uma abordagem sobre o autismo por autistas indicava, mais claramente, a função do Introvertendo.

AUTISTA OU PROFISSIONAL?

Ao longo do tempo, o Introvertendo foi percebido e classificado como um podcast de autistas, assim como mencionado nos trabalhos de Abreu e Pavan (2021) e Vidica, Pavan e Abreu (2022). Porém, durante o exame de qualificação da dissertação "Narrativas em áudio:

análise de conteúdo de podcasts sobre autismo na podosfera brasileira", de Abreu (2022b), o professor e membro da banca Lucelmo Lacerda fez o seguinte questionamento: não seria o Introvertendo um podcast de autistas que também são profissionais?

O questionamento de Lacerda diz respeito ao fato de que, apesar do podcast ter surgido a partir da iniciativa de estudantes autistas, parte dos integrantes do projeto passou a desenvolver atividades enquanto profissionais na comunidade do autismo, seja no âmbito da saúde, da educação ou até mesmo da comunicação, ao longo dos anos seguintes (Abreu, 2022b).

A composição da comunidade do autismo geralmente está associada a três grupos claramente demarcados: autistas, familiares e profissionais. A narrativa mais comum sobre a história do autismo, inclusive, também reforça a noção de que, primeiro, vieram os profissionais, depois os familiares (sobretudo mães) e, mais tarde, autistas. No entanto, da mesma forma que figuras históricas do autismo como a psiquiatra Lorna Wing e o psicólogo Bernard Rimland também eram familiares de autistas, o papel exercido por diferentes atores da comunidade é multiforme.

Rios (2019), por exemplo, observa que familiares de autistas, no Brasil, têm atuado como experts[8] em autismo. Da mesma forma, profissionais da saúde e educação que participam do cenário do autismo têm se descoberto autistas, assim como alguns pais e mães. Isso faz com que tais sujeitos tenham perspectivas mistas de quais são os seus papéis na comunidade e, portanto, nos traga novas configurações da comunidade do autismo para pensar tais expertises na atualidade.

Desta forma, é possível pensar que o Introvertendo, ao seu final, encerrou-se como um podcast de autistas e profissionais. Enquanto parte da equipe manteve-se em um papel de exposição pessoal das suas vivências, outra parte começou a desenvolver um papel mais generalista sobre os tópicos do autismo, fornecendo vínculos com a literatura científica, o que também pode ser notado a partir dos temas trabalhados no catálogo.

EXPRESSÃO DE ATIVISMO

Ao longo da história do autismo, os vínculos e expressões autistas na internet foram caracterizados como forma de ativismo. Por isso, é comum notar, na literatura, menções a

[8] No texto original, com o intuito de debater os conhecimentos existentes no movimento social do autismo, a autora grafa o termo expert em itálico e promove uma equivalência das expressões "expert" e "especialista".

produções culturais a respeito de autismo produzidas por autistas como uma forma de ativismo (Ortega, 2009; Perola, 2022).

É importante salientar que autores como Sales, Fontes e Yasui (2018) destacam que existe uma tendência de considerar ativismo e militância como sinônimos. No entanto, Veiga-Neto (2012) afirma que, diferentemente do ativismo, a militância possui uma lógica de obediência hierárquica.

> Enquanto a *militância* é necessariamente coletiva, o *ativismo* é acentuadamente individual. Isso não significa, é claro, uma aposta no individualismo, pois cada um, mesmo naquilo que chamamos de sua individualidade, não é livre para pensar, dizer e ver qualquer coisa, de qualquer maneira e em qualquer momento. Estamos sempre constrangidos pela combinação entre o pensável-dizível e o visível determinados pela episteme e pelos dispositivos em que estamos mergulhados (Veiga-Neto, 2012, p. 273).

Informalmente, pessoas associaram a produção do Introvertendo como ativismo. Isso traz certo estranhamento se comparado aos movimentos sociais do autismo institucionalizados, incluindo aqueles com participação autista. Por outro lado, do ponto de vista individual e não-hierárquico, não é completamente descartável a perspectiva de que se trata de um modo de ativismo.

Lopes (2019) apontou que, na história do autismo no Brasil, um tipo de ativismo solo começou a se tornar proeminente, causado sobretudo por um desencantamento com as tradicionais associações. Além disso, também é o mesmo período em que a internet ganha uma importância nas pautas promovidas em relação ao autismo.

É possível afirmar que, diante da origem despretensiosa do Introvertendo, o projeto surgiu como uma expressão que não necessariamente tinha uma inclinação de discutir pautas relacionadas ao autismo. O que se dá mais próximo de um ativismo, na verdade, ocorre ao longo do tempo a partir das iniciativas e discursos individuais sobre o autismo, consequências da atuação de parte dos integrantes. Ou seja, não se trata de algo multiforme e coeso em relação a todo o projeto.

Mesmo assim, pode-se compreender os motivos de fazerem tal ligação, já que o Introvertendo também se desenvolveu em um período em que as vozes autistas passaram a ter maior relevância em rede e do podcast se configurar, em parte, dentro de uma lógica de representação de pessoas autistas na mídia. O fato de ser uma minoria já invisibilizada

também reforça uma importância dos diálogos autistas no programa, inclusive destacada por autores como Bezerra (2023). A autora argumenta que

> Pode-se depreender que as antigas gerações autistas não puderam militar em favor de suas causas pelo fato de serem excluídas da sociedade devido a ideia estereotipada de sua condição, mas puderam contribuir para as mudanças culturais. Diante desse contexto, as juventudes autistas, com linguagem funcional, passaram a se mobilizar para que fossem reconhecidas como pessoas com capacidade de transformação social. E para isso, se engajaram no movimento pela neurodiversidade para dar visibilidade de que a organização política e social deveria ser feita por pessoas no espectro do autismo (Bezerra, 2023, p. 112).

É importante salientar que existem articulações estratégicas e discursivas entre podcasters pertencentes a comunidades marginalizadas, o que também pode contribuir para a emancipação social desses grupos (Abreu, 2022b). Nesse sentido, Fox (2008) percebeu que indivíduos gays que atuam com podcasts podem encontrar nos programas uma forma de expressar e afirmar suas identidades. Ao examinar o surgimento de circuitos formados por podcasters negros, Florini (2015) argumenta que ouvintes pertencentes a minorias, como a comunidade negra, podem se beneficiar de experiências e narrativas de seus pares mesmo em ambientes onde a cultura predominante é branca. Segundo ela, isso ocorre porque muitos ouvintes "geralmente confiam em fones de ouvido para criar um ‘casulo’ auditivo que os isola sonoramente de seus arredores"[9] (Florini, 2015, p. 210, tradução nossa).

JORNALISMO OU ENTRETENIMENTO?

Outra associação comum feita por alguns atores da comunidade do autismo em relação ao Introvertendo é de considerá-lo um programa jornalístico. Essa ligação é vista com ceticismo pela equipe do projeto, visto que o podcast não se classifica dentro do gênero Notícias, não possui uma equipe completamente jornalística e tampouco se iniciou com o objetivo de trazer uma leitura jornalística sobre os fenômenos da comunidade do autismo.

Apesar disso, é possível admitir influências jornalísticas no contexto de produção do Introvertendo. Até porque o primeiro “teste” para o projeto foi um radiodocumentário produzido como atividade final para a disciplina de Radiojornalismo, e de um dos seus fundadores, na época, ser do curso de graduação em Jornalismo da UFG. Mas isso não se estende aos demais membros do programa.

[9] *often rely on headphones to create an aural ‘‘cocoon’’ that sonically insulates them from their surroundings*

Entendemos que uma definição de prática e produção do Jornalismo pode ser variável, visto que existe um hibridismo nos formatos e nas práticas jornalísticas. Medina (2001), por exemplo, argumenta que os gêneros jornalísticos estão em transformação de acordo com as mudanças sociais, culturais e tecnológicas.

Ao longo do tempo, reportagens em áudio foram publicadas no Introvertendo, sendo elas Neurodiversidade (junho de 2020), Fé no Espectro (setembro de 2020), Raça (novembro de 2020), além de episódios pontuais sobre autismo no ensino superior (dezembro de 2019) e sobre os 10 anos da Lei Berenice Piana (dezembro de 2022). Todos os episódios e séries supracitadas foram desenvolvidas em parceria com a Revista Autismo e foram publicados como materiais especiais, externos ao formato comum de mesacast, e sem a participação de todos os membros do programa. Mesmo assim, o Introvertendo chegou a ser citado pelo programa Vida de Jornalista, apresentado pelo jornalista Rodrigo Alves, em uma série de bastidores de podcasts jornalísticos publicada em 2020.

As conversas no mesacast, mesmo que abarcadas por informações que podem ser jornalísticas ou até mesmo científicas, geralmente estão relacionadas a relatos em primeira pessoa, o que parece estar, até certo ponto, associado à lógica do entretenimento. Ao mesmo tempo, Herschmann e Kischinhevsky (2009) já tinham apontado, no contexto do *podcasting*, a sofisticação dos programas, com formatos que transcendem os formatos mais comuns e ortodoxos das emissoras de rádio.

Oliveira e Carvalho (2023) descrevem que as histórias contadas pelo jornalismo de pessoas autistas, famílias, questões médicas e direitos constroem uma noção de realidade sobre a comunidade do autismo para a sociedade. Elas argumentam que, pelas dificuldades de comunicação, consequentemente existem barreiras para a "criação de sentidos e representações nos mapas culturais de pessoas sem contato direto com o tema por fora dos media" (Oliveira; Carvalho, 2023, p. 4) e, portanto, o papel do Jornalismo se faz ainda mais relevante para o imaginário social sobre o autismo.

Nesse sentido, uma produção em *podcasting* que aborda o autismo, produzido por pessoas autistas, independentemente de seu formato ser ou não ser jornalístico, exerce um papel de contraponto e permite uma agência que traz temas de interesse dessa comunidade pouco representada nas produções jornalísticas.

No entanto, para além disso, um podcast como o Introvertendo pode ser visto como uma produção artística? Este relato parte do pressuposto que sim. Apesar da associação

frequente atual da radioarte com podcasts de ficção, existe uma historicidade da arte radiofônica dentro da arte sonora que, segundo Rodríguez Ortiz (2021), se dá desde o século XX.

Por exemplo, o episódio #212 - Especial 4 Anos: Autistas Bêbados, publicado em maio de 2022, se alimenta de uma premissa simples e até clichê, com a conversa sem pauta entre integrantes embebedados. Mas a estrutura de edição, os elementos sonoros explorados e as referências culturais apresentadas entre os blocos trazem críticas e ironias, referências musicais e a movimentos artísticos como a vanguarda.

Episódios narrativos como #200 - Gaivota - o pássaro que ainda não pode voar, publicado em dezembro de 2021, e #250 - A menina portuguesa com Síndrome de Asperger, publicado em julho de 2023, também expressam a aspiração artística do Introvertendo, ao trazer episódios semibiográficos de dois integrantes, Michael Ullian e Carol Cardoso, em um estilo de edição diferente da média dos episódios do podcast, com trilhas sonoras mais dramáticas e uma narração mais livre e poética.

Há outros episódios de destaque que não visaram necessariamente à lógica jornalística sobre a comunidade do autismo, mas ao entretenimento. Entre eles, é possível destacar os episódios especiais #154 - Karaokê do Introvertendo: Especial de Natal e #173 - Especial 3 Anos: RPG do Introvertendo. Os dois episódios, além de apresentarem estilos de edição distintos da maior parte do catálogo, têm a particularidade de que suas propostas não consistem em falar de autismo, mas apresentar autistas interagindo entre si em um contexto descontraído.

Essas experiências certamente contribuíram para o sentimento de pertencimento que muitos autistas, ouvintes do Introvertendo, experienciaram ao longo da história do podcast, pois até o momento pouco havia sido explorado na comunidade do autismo quanto ao senso de humor autista, as opiniões quanto aos assuntos da atualidade, *hobbies*, diante de um contexto de representação que tende a enfatizar os desafios em detrimento das particularidades comunicativas e de personalidade.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao longo deste relato de experiência, foi descrita a trajetória de cinco anos do podcast Introvertendo, uma produção independente que ganhou relevância na comunidade do autismo no Brasil durante seu período de atividade. Iniciando como um desdobramento

de um grupo terapêutico destinado a estudantes autistas, o Introvertendo evoluiu para um projeto que, ao longo de seus 260 episódios, trouxe o compartilhamento de experiências, reflexões e perspectivas de pessoas autistas sobre uma variedade de temas além do autismo.

É possível notar que o Introvertendo inicialmente trouxe a proposta de ser apenas um espaço onde autistas conversam e, depois, se transformou em um podcast sobre autismo. A escolha de se autodenominar como um podcast de autistas, que também inclui profissionais, levanta questões sobre a diversidade de papéis desempenhados pelos membros da comunidade do autismo, o que desafia a tradicional divisão entre autistas, familiares e profissionais.

A expressão do Introvertendo, seja considerada como ativismo ou não, destaca a importância das vozes autistas na mídia e na construção de narrativas vividas sobre o autismo. Além disso, a associação feita pelo público do Introvertendo com jornalismo e entretenimento destaca a natureza híbrida do projeto, que incorpora elementos jornalísticos em reportagens especiais, mas também abraça a lógica do entretenimento na exposição das narrativas pessoais sobre o autismo. Mesmo assim, é possível sugerir que o podcast pode ser considerado uma forma de expressão artística, especialmente em episódios que exploram elementos sonoros e referências culturais.

Ao enfrentarmos o desafio de construir um relato de experiência no contexto do autismo, nos deparamos com complexidades intrínsecas tanto na delimitação das experiências autistas quanto na incorporação da subjetividade pessoal ao cenário da escrita científica. A natureza diversificada do espectro do autismo implica uma ampla gama de experiências individuais. Isso faz com que a heterogeneidade das vivências autistas seja um ponto fundamental em contraponto a generalizações.

Além disso, a própria estrutura do relato de experiência, que demanda a exposição pessoal e subjetiva, muitas vezes colide com as normas tradicionais da escrita acadêmica. A busca por um equilíbrio entre a autenticidade das narrativas pessoais e a rigidez científica torna-se um desafio delicado, o que exige a necessidade de reflexão crítica ao narrar as experiências autistas dentro do contexto acadêmico, ainda mais em um projeto do qual foi exigido um envolvimento pessoal e prolongado ao longo dos anos.

Num sentido abrangente, o Introvertendo não apenas ofereceu vozes autistas à comunidade do autismo, mas também desafiou categorizações convencionais das quais os atores do meio são associados. Pelo seu encerramento ainda recente, o legado do programa

é incerto e ainda está em construção. Apesar disso, é possível partir do pressuposto que seus episódios talvez possam representar, no futuro e com as devidas proporções, um marco na representação autista na mídia brasileira.

REFERÊNCIAS

ABREU, Tiago. **O que é neurodiversidade?**. Goiânia: Cânone Editorial, 2022a. 80p.

ABREU, Tiago. **Narrativas em áudio**: análise de conteúdo de podcasts sobre autismo na podosfera brasileira. 2022b. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Universidade Federal de Goiás, Goiânia, 2022. Disponível em: <http://repositorio.bc.ufg.br/tede/handle/tede/12457>. Acesso em: 3 abr. 2024.

ABREU, Tiago; PAVAN, Ricardo. Podcasts sobre autismo no Brasil: uma introdução. In: XIV Seminário Internacional de Mídia, Cultura, Cidadania e Informação, 2021, Goiânia. **Anais do XIV Seminário Internacional de Mídia, Cultura, Cidadania e Informação**. Goiânia: UFG, 2021, p. 974-984, 2021.

ALMEIDA, Daniel; VIANA, Luana. Entendendo a diferença entre interação e participação dos ouvintes do podcast "Um Milkshake Chamado Wanda". **Anais do XXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação na Região Sudeste - Intercom**, 2019, Vitória. Disponível em: <http://portalintercom.org.br/anais/sudeste2019/resumos/R68-1125-1.pdf>. Acesso em: 10 dez. 2023.

AMERICAN PSYCHIATRIC ASSOCIATION. **Diagnostic and statistical manual of mental disorders**: DSM-5. Washington, DC: American psychiatric association, 2013. 991p.

BALACÓ, Bruno; GUIMARÃES, Carlos; RUTILLI, Marizandra. A reinvenção da resenha via Mesacast: o modelo brasileiro de podcast esportivo. **Anais do XLVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação na Região Sudeste - Intercom**, 2023, Belo Horizonte. Disponível em: <https://sistemas.intercom.org.br/pdf/link_aceite/nacional/11/0816202323200964dd83d9eed0d.pdf>. Acesso em: 10 dez. 2023.

BEZERRA, Kay Duarte. **Podcast "Introvertendo"**: Representações de jovens autistas sobre o autismo e relações de gênero e sexualidade. 2023. Dissertação (Mestrado em Educação) - Universidade Luterana do Brasil, Canoas, 2023. Disponível em: <https://servicos.ulbra.br/BIBLIO/PPGEDUM354.pdf>. Acesso em: 10 dez. 2023.

CASCIO, M. Ariel. Cross-cultural autism studies, neurodiversity, and conceptualizations of autism. **Culture, Medicine, and Psychiatry**, v. 39, n. 2, p. 207-212, 2015. Disponível em: <https://link.springer.com/article/10.1007/s11013-015-9450-y>. Acesso em: 31 ago. 2023.

DAVIDSON, Joyce. Autistic culture online: Virtual communication and cultural expression on the spectrum. **Social & cultural geography**, v. 9, n. 7, p. 791-806, 2008. Disponível em:

<https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/14649360802382586>. Acesso em: 28 jan. 2024.

DAVIDSON, Joyce; ORSINI, Michael. Critical autism studies: Notes on an emerging field. In: **Worlds of autism**: Across the spectrum of neurological difference. Minneapolis: University of Minnesota Press, p. 1-28, 2013.

DONVAN, John; ZUCKER, Caren. **Outra sintonia**: a história do autismo. São Paulo: Editora Companhia das Letras, 2017. 664p.

FIGUEIRA, Ana Cristina Peixoto; BEVILAQUA, Diego Vaz. Podcasts de divulgação científica: levantamento exploratório dos formatos de programas brasileiros. **Revista Eletrônica de Comunicação, Informação & Inovação em Saúde**, Rio de Janeiro, v. 16, n. 1, p. 120-138, 2022. DOI: https://doi.org/10.29397/reciis.v16i1.2427. Disponível em: <https://www.reciis.icict.fiocruz.br/index.php/reciis/article/view/2427>. Acesso em: 10 dez. 2023.

FLORINI, Sarah. The podcast “Chitlin'Circuit”: Black podcasters, alternative media, and audio enclaves. **Journal of Radio & Audio Media**, v. 22, n. 2, p. 209-219, 2015. Disponível em: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/19376529.2015.1083373>. Acesso em: 10 dez. 2023.

FOX, Ragan. Sober Drag Queens, Digital Forests, and Bloated “Lesbians” Performing Gay Identities Online. **Qualitative Inquiry**, v. 14, n. 7, p. 1245-1263, 2008. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1077800408321719>. Acesso em: 10 dez. 2023.

HERSCHMANN, Micael; KISCHINHEVSKY, Marcelo. A" geração podcasting" e os novos usos do rádio na sociedade do espetáculo e do entretenimento. **Revista Famecos**, v. 15, n. 37, p. 101-106, 2008. Disponível em: <https://revistaseletronicas.pucrs.br/index.php/revistafamecos/article/view/4806>. Acesso em: 3 jan. 2024.

HILLARY, Alyssa. Autist/Biography. In: PARSONS, Julie M.; CHAPPELL, Anne (org.). **The Palgrave Handbook of Auto/Biography**. Cham, Palgrave Macmillan, 2020. p. 315-339.

KAPP, Steven K (org). **Autistic community and the neurodiversity movement**: Stories from the Frontline. Springer Nature, 2020. Disponível em: <https://link.springer.com/book/10.1007/978-981-13-8437-0>. Acesso em: 3 jan. 2021.

LOPES, Bruna Alves. **Não Existe Mãe-Geladeira**: Uma análise feminista da construção do ativismo de mães de autistas no Brasil (1940-2019). 2019. Tese (Doutorado em Ciências Sociais Aplicadas) - Universidade Estadual de Ponta Grossa, Ponta Grossa, 2019. Disponível em: <https://tede2.uepg.br/jspui/handle/prefix/2922>. Acesso em: 28 nov. 2023.

MEDINA, Jorge Lellis Bomfim. Gêneros jornalísticos: repensando a questão. **Revista Symposium**, 2001, p. 45-55. Disponível em: <https://www.maxwell.vrac.puc-rio.br/3196/3196.PDF>. Acesso em: 13 nov. 2024.

MUSSI, Ricardo Franklin de Freitas; FLORES, Fábio Fernandes; ALMEIDA, Claudio Bispo de. Pressupostos para a elaboração de relato de experiência como conhecimento científico. **Revista práxis educacional**, v. 17, n. 48, p. 60-77, 2021. Disponível em: <http://educa.fcc.org.br/scielo.php?pid=S2178-26792021000500060&script=sci_arttext>. Acesso em: 28 nov. 2023.

NASCIMENTO, Clarice Antunes do; VARGAS, Juliana Ribeiro; BEZERRA, Kay Duarte. Gênero e Sexualidade de Jovens com TEA: uma breve análise a partir do Pdcast Introvertendo. **Revista da FAEEBA-Educação e Contemporaneidade**, v. 32, n. 72, p. 301-319, 2023. Disponível em: <https://www.revistas.uneb.br/index.php/faeeba/article/view/17691>. Acesso em: 1 abr. 2024.

OLIVEIRA, Jasmine Mendonça dos Santos; CARVALHO, Alessandra Pinto de. A infantilização do autismo no jornalismo brasileiro: uma análise de conteúdo. In: 13º Encontro de Jovens Pesquisadores em Jornalismo (JPJOR), 2023, Brasília. **Anais do 13º Encontro de Jovens Pesquisadores em Jornalismo (JPJOR)**. Campinas, Galoá, 2023. Disponível em: <https://proceedings.science/jpjor-series/jpjor-2023/trabalhos/a-infantilizacao-do-autismo-no-jornalismo-brasileiro-uma-analise-de-conteudo?lang=pt-br>. Acesso em: 21 nov. 2024.

ORTEGA, Francisco. Deficiência, autismo e neurodiversidade. **Ciência & saúde coletiva**, v. 14, p. 67-77, 2009. Disponível em: < https://www.scielo.br/j/csc/a/CPcMbsxxyfF3CXSLwTcprwC/?lang=pt >. Acesso em: 24 dez. 2023.

PEROLA, Carlos Eduardo. **Ativismo autista no Brasil**: as redes sociais digitais como ferramentas para o reconhecimento. 2022. Dissertação (Mestrado em Ciência Política) - Universidade Federal de Pelotas, Pelotas, 2022. Disponível em: <https://guaiaca.ufpel.edu.br/handle/prefix/9771>. Acesso em: 24 dez. 2023.

PESSOA, Sônia Caldas; SALVINO, Matheus Henrique da Silva. Podcast, acessibilidade afetiva e inclusão: introvertendo movimentos sonoros e de afetação. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, v. 17, n. 2, p. 66-76, 2020. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/68275>. Acesso em: 28 nov. 2023.

PINHEIRO, Elton Bruno Barbosa. Podcast e acessibilidade: apontamentos teóricos e metodológicos. **Revista GEMInIS**, v. 11, n. 2, p. 45-66, 2020. Disponível em: <https://www.revistageminis.ufscar.br/index.php/geminis/article/view/570>. Acesso em: 28 nov. 2023.

RIES, Igor Lucas. **“SOMOS AUTISTAS”**: uma cartografia afetiva de enunciados de neurodivergentes no instagram. 2023. 314 f. Tese (Doutorado em Comunicação e Linguagens) - Universidade Tuiuti do Paraná, Curitiba, 2023. Disponível em: <https://tede.utp.br/jspui/handle/tede/1921>. Acesso em: 28 nov. 2023.

RIOS, Clarice. Expert em seu próprio filho, expert em seu próprio mundo - Reinventando a(s) expertise(s) sobre o autismo. In: **Autismo em tradução**: Uma conversa intercultural sobre condições do espectro autista. Rio de Janeiro: Papéis Selvagens, 2019. 392p.; p. 231-257.

RODRÍGUEZ ORTIZ, Raúl Antonio. Documental sonoro y arte radiofónico. **Historia y comunicación social**, v. 26, p. 441-451, 2021. Disponível em: <https://repositorio.uchile.cl/handle/2250/185230>. Acesso em: 3 jan. 2024.

SALES, André Luis Leite de Figueirêdo; FONTES, Flávio Fernandes; YASUI, Silvio. Para (re) colocar um problema: a militância em questão. **Trends in Psychology**, v. 26, p. 565-592, 2018. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/tpsy/a/Q7WjRTKrHrns5RKsmsckLfw/?lang=pt>. Acesso em: 24 dez. 2023.

SINCLAIR, Jim. Autism network international: The development of a community and its culture. **Autism Network International**, 2005. Disponível em: <https://www.autismnetworkinternational.org/History_of_ANI.html>. Acesso em: 8 jul. 2023.

SINCLAIR, Jim. Re: Autobiographies. **St. John's autism list**, 1994. Disponível em: <https://groups.google.com/d/msg/bit.listserv.autism/XCMbupxu2sk/7yvdOOnh7ZEJ>. Acesso em: 29 jul. 2023.

TUMLIN, Zachary. "This is a quiet library, except when it's not:" on the lack of neurodiversity awareness in librarianship. **Music Reference Services Quarterly**, [S. l.], v. 22, n. 1-2, p. 3-17, 2019. Disponível em: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/10588167.2019.1575017>. Acesso em: 28 jan. 2024.

VEIGA-NETO, Alfredo. É preciso ir aos porões. **Revista Brasileira de Educação**, v. 17, n. 50, p. 267-284, 2012. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rbedu/a/tqdG7b3B787cXjdYvSfLhhx/>. Acesso em: 24 dez. 2023.

VIDICA, Ana Rita; PAVAN, Ricardo; ABREU, Tiago. Podcasts sobre autismo: uma proposta de análise de capas. **Tríade: Comunicação, Cultura e Mídia**, v. 10, p. 1-18, 2022. Disponível em: <https://periodicos.uniso.br/triade/article/view/4828>. Acesso: 10 dez. 2023.

Os autores são responsáveis pela fidedignidade dos dados apresentados.

IGUAL, MAS DIFERENTE: OS INTERDISCURSOS SOBRE AUTISMO E NEURODIVERSIDADE NA FOLHA DE S.PAULO

Tiago Abreu[1]
Luiz Signates[2]
Ângela Teixeira de Moraes[3]

RESUMO

O artigo analisa a reportagem Igual, mas diferente, publicada em 2006 no jornal Folha de S.Paulo, usando a Análise de Discurso. Foca nos interdiscursos sobre autismo e neurodiversidade, com ênfase nas influências médicas, tecnológicas, históricas, socioculturais e educacionais. A reportagem reflete o paradigma da patologia, enfatizando déficits e cura, ao mesmo tempo que inclui vozes do movimento de neurodiversidade.

Palavras-chave: Análise de discurso; Autismo; Folha de São Paulo; Interdiscurso; Neurodiversidade.

IGUAL, MAS DIFERENTE: INTERDISCOURSES ON AUTISM AND NEURODIVERSITY IN FOLHA DE S.PAULO

ABSTRACT

The article analyses the text Igual mas diferente, published in 2006 in the Folha de S.Paulo newspaper, using Discourse Analysis. It focuses on the interdiscourses on autism and neurodiversity, with an emphasis on medical, technological, historical, sociocultural and educational influences. The report reflects the paradigm of pathology, emphasising deficits and cure, while including voices from the neurodiversity movement.

Keywords: Autism; Discurse Analysis; Folha de São Paulo; Interdiscourse; Neurodiversity.

INTRODUÇÃO

A neurodiversidade é um conceito criado na década de 1990 em fóruns e comunidades virtuais frequentadas por pessoas autistas e por pessoas com outros diagnósticos, como o Transtorno de Déficit de Atenção com Hiperatividade (TDAH) e a dislexia (Botha *et al.*, 2024). O termo caracteriza a pluralidade neurocognitiva da população humana e, ao mesmo tempo, a formação de um movimento de justiça social para o reconhecimento de neurominorias (Abreu, 2022a). É possível afirmar, a partir do trabalho de

[1] Doutorando do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Goiás (UFG). E-mail: tiagoabreupro@gmail.com.

[2] Pesquisador Produtividade 2 (CNPq). Docente dos PPGs Comunicação (UFG) e Ciências da Religião (PUC-Goiás). Doutor (USP). E-mail: signates@ufg.br.

[3] Professora Doutora no Curso de Jornalismo da Faculdade de Informação e Comunicação (FIC) da Universidade Federal de Goiás (UFG) e no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFG. E-mail: atmoraes@ufg.br.

Singer (2017), que a existência da neurodiversidade, para além de um fato biológico e sociológico, também permitiu a ampliação da percepção social de deficiência além das noções existentes na época, como a deficiência física.

Chapman (2023) descreve que o primeiro uso público do termo se deu em um artigo publicado no New York Times assinado pelo jornalista Harvey Blume, enquanto Judy Singer foi a primeira autora a discuti-lo teoricamente no mesmo período. Isso caracterizou uma popularização midiática do termo, ao mesmo tempo em que o debate sobre a neurodiversidade também penetrava timidamente a academia.

Consideramos que a ideia de neurodiversidade também é um fruto da história do autismo, ao reunir ativistas e teóricos autistas para desenvolvê-la, e também do tensionamento por outros membros da comunidade acerca do tema. Donvan e Zucker (2017) descrevem que a relação de familiares com a temática e o movimento da neurodiversidade, sobretudo na década de 2000, se deu de forma controversa nos Estados Unidos, especialmente em relação às visões polarizadas do que seria o autismo enquanto diagnóstico e seus impactos na vida e na autonomia de pessoas autistas.

Na década de 2010, ocorreu uma ampliação do termo. Agora, não mais apenas como um conceito e um movimento social, mas também um modelo/paradigma da neurodiversidade, sobretudo pelo trabalho de Walker (2021). Segundo ela, o paradigma da neurodiversidade possui três princípios epistemológicos: 1) A neurodiversidade é natural, saudável e valiosa; 2) Não existe uma forma certa ou ideal de mente humana; 3) As dinâmicas sociais de poder e opressão que existem em outras formas de diversidade humana, como gênero, raça, cultura e orientação social, também são semelhantes no contexto das neurodivergências (Walker, 2021).

No Brasil, parte significativa do debate da neurodiversidade foi inicialmente promovido pelos escritos do filósofo Francisco Ortega. Em “Deficiência, autismo e neurodiversidade”, Ortega (2009) argumenta que a neurodiversidade é um movimento liderado por "autistas de alto funcionamento" (p. 67) que desafia a concepção tradicional de autismo como uma doença a ser curada. Apesar de não desejar tomar partido sobre o movimento em si, o autor argumenta que existe uma parte significativa de autistas que não possuem a capacidade cognitiva ou funcional para participar ou expressar suas opiniões. Essa disparidade poderia levar a uma representação enviesada do que significa ser autista, com tais ativistas falando em nome de todos os autistas.

Em termos da produção jornalística sobre autismo no país, Guimarães e Martins (2006) defendem que a apresentação do diagnóstico era apresentada de forma distorcida, por desvio de interesses ou por uma apuração ineficiente dos fatos. Neste sentido, as autoras argumentam que os meios de comunicação são reflexo do universo simbólico da sociedade e, por isso, tais notícias seriam consequências das expectativas do público sobre o autismo.

Já Rios *et al.* (2015) descrevem que ocorreu um aumento da atenção da mídia impressa sobre o autismo de 2000 a 2012 em dois fatores. O primeiro seria em uma ênfase neurobiológica sobre o diagnóstico, com a apresentação de pesquisas no campo da genética e da neurociência. E o segundo aspecto estaria no efeito dramático que o autismo causaria nos leitores, com matérias que trazem os desesperos das famílias com a falta de apoio do Estado.

É neste contexto de uma discussão crescente sobre o autismo em que, no dia 27 de julho de 2006, a Folha de S.Paulo publicou, na editoria Equilíbrio, a reportagem "Igual, mas diferente", assinada por Lage (2006), e que se caracterizou como a primeira notícia sobre neurodiversidade em um jornal de larga circulação no Brasil. Este trabalho é uma reformulação e continuação da análise da reportagem feita por Abreu (2024), desta vez abandonando a análise documental e com a adoção da Análise de Discurso.

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Neste trabalho, pretende-se promover uma Análise de Discurso (AD) sobre a reportagem “Igual, mas diferente”, publicada no jornal Folha de S.Paulo. Segundo Moraes, Machado e Borges (2021, p. 7), a AD é “uma abordagem teórico-metodológica recorrente nos estudos de comunicação”, comumente apresentada como um tipo de método de pesquisa, importada pelo campo da comunicação e que dialoga com variadas áreas a partir de múltiplos autores e diferentes perspectivas analíticas.

Fairclough (2003) descreve que, no âmbito da teoria social, a AD tem influência significativa do trabalho de Michel Foucault, mas que a Análise de Discurso também pode ser desenvolvida a partir da análise linguística do texto. Foucault (2008) define discurso como um conjunto de enunciados que se apoia em uma mesma formação discursiva para os quais podemos definir condições de existência específicas. Neste sentido, o discurso é fragmento de história, unidade e descontinuidade na própria história.

Com base na obra de Foucault, Azevedo (2013, p. 155) conceitua formação discursiva como um "conjunto de enunciados que não se reduzem a objetos linguísticos" como frases, falas e proposições, e sim submetidos a uma lógica de regularidade e dispersão que apresentam como ideologia, ciência, teoria, e etc.

Partindo do pressuposto de que o jornalismo seja um lugar de circulação e produção de sentidos, Benetti (2007) argumenta que o jornalismo é um discurso dialógico, polifônico, opaco, efeito e produtor de sentidos, além de gerado de acordo com as condições de produção e rotinas particulares. A autora também acrescenta que o discurso é construído de forma intersubjetiva e, portanto, deve ser compreendido segundo os fatores históricos, sociais e culturais.

Moraes, Machado e Borges (2021) defendem que, para entender os estudos sobre discurso, é necessário perceber uma diferenciação de linguagem e discurso. As autoras descrevem que

> A linguagem é um sistema de signos sonoros, gráficos e gestuais cujos sentidos são atribuídos mediante uma convenção social, com vistas a uma intercompreensão em estado de comunicação. O discurso só se manifesta por meio da linguagem, mas ele se situa em uma dimensão em que se considera o extralinguístico. Para se entender um discurso, não basta dominar os significantes, os significados e as regras gramaticais próprias de uma língua. É preciso considerar a cultura e a sociedade em que a língua circula e os sujeitos históricos que dela se apropriam. Por meio de textos e imagens materializados, é possível saber sobre as identidades, as representações, os conflitos e as ideologias que permeiam a vida social (Moraes; Machado; Borges, 2021, p. 15).

Benetti (2007) nos lembra que, no âmbito jornalístico, a AD é um método útil para estudo dos sentidos e das vozes. No âmbito dos sentidos, decorre da perspectiva de que o texto é consequência de forças anteriores e exteriores, a parte material/visível de um processo que se inicia na cultura, na sociedade e em outras forças que compõem o texto. Em termos de vozes, centra-se na visão de que o discurso jornalístico é polifônico e que em um único indivíduo podem existir posições distintas.

Um dos termos associados à Análise de Discurso é a noção de interdiscurso. Entendemos o interdiscurso como um termo definido de forma distinta por diferentes autores, está relacionada a outros conceitos como intertextualidade, polifonia, dialogismo e heterogeneidade, e possui definições que variam a abordagens mais restritas ou amplas (Possenti, 2003).

Charaudeau e Maingueneau (2004) trazem, como perspectiva restrita, o interdiscurso como um espaço discursivo específico, em que diferentes discursos (que podem ser do mesmo campo ou de campos distintos) se relacionam de forma a delimitar-se mutuamente. Nesse sentido, seria uma articulação de formações discursivas que remetem a ideologias específicas. Já numa perspectiva ampla, seria a relação de um discurso particular com diversas unidades discursivas, como trechos de outros discursos do mesmo gênero, discursos contemporâneos, entre outros. Essa perspectiva ampla considera a interação de uma variedade de unidades discursivas que contribuem para a construção do sentido em um discurso.

O objetivo deste trabalho é compreender quais são os interdiscursos apresentados na reportagem Igual, mas diferente sobre o autismo e a neurodiversidade. É importante pontuar que, ao contrário das tendências mais recentes, em que os mecanismos de construção do discurso jornalístico são observados em um volume maior de textos (Benetti, 2007), esta pesquisa parte de uma análise em profundidade de um único texto para entender, também, o estado da arte sobre o tema no material em específico.

Na reportagem em questão, identificamos múltiplos interdiscursos sobre o autismo e a neurodiversidade, sendo eles médico, tecnológico, histórico, sociocultural e educacional.

INTERDISCURSO HISTÓRICO

Igual, mas diferente foi publicada na editoria Equilíbrio no dia 27 de julho de 2006. Além da reportagem em si, também foi divulgada uma entrevista ping-pong com Jim Sinclair, material que não faz parte da análise em questão. O argumento principal da autora que justifica a reportagem é que o debate sobre neurodiversidade teria chegado de forma oficial no Brasil um mês antes da publicação do texto, com o surgimento da associação Movimento Orgulho Autista Brasil (MOAB) – representada por um dos entrevistados, Fernando Cotta.

Para abordar a neurodiversidade e, especialmente, o autismo, o texto apresenta a mudança conceitual do autismo a partir da descrição de Leo Kanner apresentada na década de 1940 até a emergência do diagnóstico de Síndrome de Asperger que ganhou os manuais médicos nos anos 1990. Isso pode ser observado a partir dos seguintes enunciados:

1. Síndrome **descrita nos anos 40** que pode se manifestar de formas severas, em que a pessoa parece totalmente alheia ao que se passa ao seu redor, a níveis brandos (Lage, 2006, n.p.)
2. O termo foi **criado nos anos 90** por Judy Singer, especialista em sociologia do autismo. Segundo ela, o conceito não se restringe aos autistas, mas a todas as pessoas que, por qualquer motivo, possuem um padrão diferente de pensamento (Lage, 2006, n.p.)
3. Era a **primeira vez, desde a década de 40**, quando o autismo e a síndrome de Asperger (um tipo mais brando de autismo) foram descritos cientificamente, que essas pessoas -notadamente conhecidas por terem dificuldades para se relacionar- se mostravam capazes de criar uma rede social para defender seus próprios interesses (Lage, 2006, n.p.)
4. Um desses primeiros grupos foi a ANI (Autism Network International), que **surgiu, em 1992**, entre autistas da Austrália e dos Estados Unidos (Lage, 2006, n.p.)

Num sentido histórico, a reportagem preserva a tendência de observar o fenômeno do autismo a partir dos manuais médicos. Mas o autismo, assim como várias outras deficiências, também reflete uma dimensão social, com conflitos e dinâmicas de poder que são relevantes para os membros de sua comunidade (Abreu, 2022b). Por outro lado, principalmente ao representar a neurodiversidade, a reportagem inclui marcos históricos do ativismo autista que tensionaram as percepções médicas sobre o diagnóstico.

Neste sentido, é importante reforçar que Ortega (2019, p. 121) defende o autismo como "categoria problemática", devido ao fato de sua existência e definição serem negociadas por diversas instâncias, tanto médicas quanto não médicas. Já Cascio (2019) afirmou que o autismo pode ser visto como um conceito que engloba múltiplos significados — como objeto, identidade, expressão humana, estado de espírito ou entidade diagnóstica. E num sentido construtivista, argumenta que o conceito de autismo se refere a um "modo de construir sentido" (Cascio, 2019, p. 314).

INTERDISCURSO MÉDICO

O texto caracteriza múltiplas tensões em torno da caracterização do autismo, uso de medicações, tratamento e a cura. A autora alega que, por conta da rejeição de cura por parte de autistas integrantes do movimento, “a tese é polêmica e opositores alertam para o risco de ela afetar desenvolvimento de quem tem a síndrome” (Lage, 2006, n.p.).

Neste sentido, o interdiscurso médico é o mais presente em toda a reportagem. Reflete tanto as conceituações médicas sobre o autismo, o sentido de cura, quanto também uma percepção patologizante da deficiência, conforme os enunciados a seguir:

5. **Problemas** de comunicação. **Comprometimento** da sociabilidade. Alterações comportamentais. Essas são as três principais bases para identificar uma pessoa com autismo - síndrome descrita nos anos 40 que pode se manifestar de **formas severas**, em que a pessoa parece **totalmente alheia ao que se passa ao seu redor**, a **níveis brandos** (Lage, 2006, n.p.)
6. O assunto, porém, é **polêmico** tanto entre **parentes de autistas** quanto no **meio médico** (Lage, 2006, n.p.)
7. Outro fator foi a ascensão dos grupos de defesa de **pacientes**, aliada à diminuição da **autoridade dos médicos** -que demoravam a **diagnosticar o problema**. Tudo isso foi acelerado pela internet. "Ela permitiu que as pessoas trocassem informações livremente, sem a mediação feita por médicos." (Lage, 2006, n.p.)
8. Na contramão, surgiram organizações como a "Cure Autism Now" (cure o autismo agora), que afirma já ter destinado US$ 31 milhões a **pesquisas voltadas a evitar ou reverter quadros de autismo** (Lage, 2006, n.p.)

Walker (2021) descreve que o paradigma da patologia é a visão dominante que trata as neurodivergências como patologias ou desordens. Assim, tal paradigma influencia diretamente a forma como a sociedade, incluindo os profissionais da saúde, as famílias e as instituições, interage com as pessoas neurodivergentes.

Entre os casos mais notáveis dessa percepção patologizante do autismo, estariam a classificação do autismo como um transtorno pela psiquiatria, as instituições de caridade que veem o autismo como uma crise de saúde global, e as intervenções com o objetivo de tornar crianças autistas mais próximas ao padrão da sociedade. Essas abordagens, segundo ela, são todas baseadas na premissa de que há algo de fundamentalmente errado com as pessoas autistas (Walker, 2021).

Isso parece também se refletir nas falas dos entrevistados, como o professor e psiquiatra Marcos Tomanik Mercadante e Marisa Furia, então presidente da Associação Brasileira do Autismo (Abra), organização que, por muitos anos, foi caracterizada como a principal instituição de caráter nacional do país sobre o tema (Lopes, 2019).

9. características pessoais passam a ser consideradas **doenças** quando levam a uma dificuldade de adaptação. "Parte do conceito [da neurodiversidade] é correta. Os autistas têm um cérebro diferente, e isso não é, **necessariamente, uma patologia**. Mas a **maioria deles não consegue conduzir a própria vida**. É um modo de ser no mundo; mas, neste mundo, um **modo desfavorável**." (Lage, 2006, n.p.)
10. "Uma criança com autismo leve que não for trabalhada terá, quando adulta, tantos **problemas** quanto um autista que era **muito comprometido** na infância. É um **problema sério**, não um modo de ser", diz ela, que tem um filho autista. "Jamais diria que é o jeito dele. Ele é **muito comprometido**. Gostaria que houvesse uma **cura**." (Lage, 2006, n.p.)
11. "Se minha filha fosse curada, ela não seria a Natália", diz Eliana Boralli, mãe de uma jovem autista de 20 anos e fundadora da Associação dos Amigos da Criança Autista.

Ainda assim, afirma, gostaria de ter a **oportunidade de dar à filha a opção de ser ou não autista** (Lage, 2006, n.p.)

12. Estima-se que 70% dos autistas tenham algum **tipo de retardo mental**. Esse dado vem sendo questionado, pois se acredita que os testes aplicados não eram capazes de contemplar as capacidades dos autistas. Mas muitos pais relatam **problemas intelectuais sérios** nos filhos (Lage, 2006, n.p.)
13. O autismo costuma aparecer antes dos três anos -nessa idade, diz Mercadante, há uma "poda neural" que reestrutura o cérebro. Suspeita-se que, nos autistas, essa "poda" seja diferente, alterando alguns circuitos cerebrais. Por isso, crianças autistas podem **regredir** e até parar de falar nessa idade (Lage, 2006, n.p.)

Também numa dimensão médica, a reportagem traz perspectivas divisivas sobre o uso de medicações. Em relação aos desafios vivenciados por parte do público autista, Singer argumentou que a deficiência intelectual no autismo não deveria ser ignorada, e que autistas de menor dependência não falam por todos os autistas. Singer também descreveu que a neurodiversidade traz uma abordagem realista de pontos positivos e negativos, enquanto a reportagem destacou que “A crítica vem até de Singer” (Lage, 2006, n.p.).

INTERDISCURSO SOCIOCULTURAL

Um espaço significativo da reportagem é dado para Judy Singer, socióloga australiana frequentemente creditada como a primeira teórica a descrever a neurodiversidade na academia (Botha *et al.*, 2024), e de Jim Sinclair, ativista autista responsável pela Autism Network International (ANI), a primeira organização de autistas dos Estados Unidos (Chamak, 2008; Sinclair, 2022).

O papel de Sinclair com a neurodiversidade é reconhecido pela formação dos primeiros fóruns de comunicação entre autistas, que propiciaram a construção de diálogos sobre o autismo fora da perspectiva dominante de familiares (Abreu, 2022a; Chapman, 2023).

14. Singer decidiu se dedicar ao tema após observar o **surgimento de comunidades virtuais** nas quais autistas **trocavam experiências** e **questionavam a forma como eram tratados socialmente** (Lage, 2006, n.p.)
15. "Quatro aspectos principais permitiram que isso acontecesse", disse Singer à Folha. O primeiro foi o surgimento de outro movimento que buscava direitos iguais: o feminismo. "O **feminismo** deu às mães a autoconfiança necessária para **mudar a idéia de que o autismo era causado por mães** que criavam mal seus filhos", diz Singer (Lage, 2006, n.p.)
16. Ao mesmo tempo, o crescimento de **movimentos políticos** formados por pessoas com diversos tipos de deficiência **estimulou alguns adultos autistas a pesquisar sobre a auto-representação** (Lage, 2006, n.p.)

17. Seja em tom bem-humorado ou não, a mensagem divulgada por esses **grupos** costuma ser a mesma: que **o autismo é uma diferença**, não uma doença (Lage, 2006, n.p.)

A neurodiversidade, enquanto movimento social, se inscreve no próprio desenvolvimento de vínculos entre ativistas autistas nos anos 1990 e suas relações com a literatura sobre deficiência produzida até aquela época (Chapman, 2023). Neste sentido, a reportagem consegue contextualizar os elementos dessa relação a partir da entrevista promovida com Judy Singer. É possível perceber um tom sociocultural na reportagem quando esse envolvimento político está diretamente relacionado com as interações sociais ocorridas dentro da comunidade autista.

Mas quando a reportagem aponta para essas relações e as descreve, expressa sentidos de apontar a ideia de neurodiversidade como polêmica por questionar a noção central de que o autismo é caracterizado pelos déficits.

INTERDISCURSO TECNOLÓGICO

O interdiscurso tecnológico é usado para contextualizar as ações efetivas dos grupos sociais do autismo, ações geralmente relacionadas a dispositivos tecnológicos e midiáticos. Embora o vínculo entre autistas também tenha sido propiciado a partir das ampliações no conceito do autismo, a formação dos primeiros fóruns online sobre autismo foram os ambientes mais conhecidos para o início do movimento social da neurodiversidade (Abreu, 2022a), conforme os enunciados a seguir.

18. A **popularização da internet**, mais uma vez, teve um papel fundamental nesse processo. "Foi o que permitiu o movimento de auto-representação dos autistas, pois é a **"prótese" essencial** -algo que os transforma de indivíduos introvertidos e isolados em uma **rede de seres sociais**, o que é um pré-requisito para uma **ação social efetiva, e em uma voz na arena pública**", afirma Singer (Lage, 2006, n.p.)
19. Ao longo dos anos, outros grupos foram criados, assim como **sites** disseminando a neurodiversidade -entre eles, o www.autistics.org, em que há um link para o falso e divertido Institute for the Study of the Neurologically Typical, que brinca com as características dos "neurotípicos" (Lage, 2006, n.p.)
20. A mãe e a filha de Singer têm a síndrome, e ela criou o **primeiro grupo de apoio** para pessoas com pais autistas do mundo (Lage, 2006, n.p.)

É possível perceber, também, um sentido caracterizado na ideia de que, por meio dessas tecnologias, sujeitos autistas caracterizados pelos impedimentos na interação e comunicação teriam uma emancipação em sociedade. Essa ideia parece se relacionar com a

própria história do ativismo autista, visto que a percepção social do que é o autismo se modificou a partir de tais vínculos entre autistas na internet (Davidson, 2008) e ao que foi chamado por Sinclair (2005) de cultura autista.

Vale acrescentar que o enunciado 18 também apresenta falas de Judy Singer em um uso confuso das aspas, o que dificulta o entendimento de quais ideias são por completo da fonte.

INTERDISCURSO EDUCACIONAL

Também foi possível perceber o interdiscurso educacional, que aparece de duas formas: uma, no sentido de questionar a qualidade da inclusão escolar para pessoas autistas a partir do Estado, e de outro, da escola como instrumento para perceber as especificidades das características autísticas.

21. Judy Singer defende que algumas questões podem ser resolvidas sem remédios. "Vamos supor que uma criança autista seja muito irritável. Por que isso ocorre? Não será porque o **ambiente escolar rígido** não permite que ela se encaixe?" (Lage, 2006, n.p.)
22. As escolas, por exemplo, deveriam adotar um modelo que reconheça **múltiplas inteligências**. "Essa variedade não é uma grande exigência e já existe na Austrália", diz (Lage, 2006, n.p.)
23. Valeria Paradiz criou, nos Estados Unidos, a Aspie, uma **escola voltada para crianças autistas**. "Aspies" também é o apelido pelo qual alguns portadores da síndrome de Asperger se identificam. Defensora de uma **visão "não patológica" do autismo**, ela diz que a luta pela neurodiversidade se assemelha a qualquer movimento por direitos civis e que a **sala de aula é um dos melhores lugares para ensinar** essas crianças a exigir respeito às suas diferenças (Lage, 2006, n.p.)
24. Para Kika Feier Goulart, mãe de Cibele, que tem 13 anos e é autista, a **inclusão escolar** é um dos **principais desafios no Brasil** (Lage, 2006, n.p.)

O enunciado 23, em especial, apresenta uma apresentação sutil e curiosa da educação especial. Ao mesmo tempo que a fonte é apresentada como “defensora de uma visão não patológica do autismo” (Lage, 2006, n.p.), a reportagem conta como foi criada uma escola específica para crianças autistas. Ou seja, nesse sentido, diferentes vozes e pensamentos se encontram em confronto e, em certo modo, contradição, mesmo com um discurso que defende a adaptação das escolas ao perfil neurodivergente dos estudantes por meio de práticas pedagógicas diferenciadas.

Isso parece corroborar a visão de Nunes, Azevedo e Schmidt (2013) de que a inclusão de autistas no contexto brasileiro é um tema controverso, sobretudo quanto aos conhecimentos sobre o autismo e as necessidades de pessoas autistas no ambiente escolar.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao utilizar a Análise de Discurso para observar a reportagem, percebeu que a neurodiversidade e o autismo foram abordados por diferentes interdiscursos que se complementam e, em outros momentos, vão em direções distintas. O interdiscurso histórico evidencia como a percepção médica do autismo tem se mantido nas produções jornalísticas, mesmo quando tenta refletir as mudanças nas dinâmicas sociais e de poder dentro da comunidade autista. Da mesma forma, o interdiscurso médico destaca as tensões em torno da caracterização do autismo, do uso de medicações e da cura, e traz abordagens que patologizam o autismo e a neurodiversidade.

Os interdiscursos sociocultural e tecnológico ilustram a importância dos movimentos sociais e da internet na promoção da autorrepresentação e defesa dos direitos dos autistas. A reportagem consegue demonstrar como a emergência de comunidades virtuais e movimentos políticos, como o feminismo, com o uso das redes, empoderaram autistas e suas famílias a desafiar estigmas e lutar por igualdade de direitos. Por fim, o interdiscurso educacional aborda a inclusão escolar e a adaptação do ambiente educacional para melhor atender às necessidades de pessoas autistas, ao mesmo tempo em que reforça o estranhamento das características autistas com esses ambientes.

Prado (2023), ao abordar a discussão da neurodiversidade em reportagens sobre o transtorno bipolar, descreve que o diálogo com fontes variadas é essencial para o discurso jornalístico. A partir da reportagem Igual, mas diferente, publicada pela Folha de S.Paulo, é possível entender que o pluralismo pode tentar refletir a complexidade e a diversidade de experiências associadas ao autismo além do ponto de vista médico tradicional. Essa capacidade de criar novas narrativas e influenciar percepções sociais é crucial para o papel do jornalismo em moldar entendimentos culturais e políticos.

Por outro lado, a partir dos interdiscursos observados, se torna difícil afirmar que a reportagem, dentro do contexto na qual estava inserida, fez parte de uma reconstrução das narrativas sobre saúde mental pela mídia. Mesmo que tenha apresentado um histórico da neurodiversidade e o que representava para seus defensores, o texto parece corroborar o

afastamento social e os estereótipos que têm historicamente marginalizado determinados indivíduos e grupos (neste caso, as pessoas autistas).

Apesar disso, a presença de fontes de diferentes países e o tensionamento de suas perspectivas até onde seja possível pelo menos fez parte de uma tentativa que é pouco vista em outras produções jornalísticas sobre neurodiversidade. Ademais, o fato do trabalho de Singer e o seu crédito pelo desenvolvimento teórico da neurodiversidade ter ganhado maior força na mídia popular somente a partir da década de 2010 (Abreu, 2022a; Botha *et al.*, 2024), demonstra que, pelo menos, havia um olhar para o tema de forma pouco comum naqueles idos de 2006.

A neurodiversidade reconhece a pluralidade dos modos de ser e pensar dentro de um modelo/paradigma que valoriza a diversidade neurocognitiva como parte da existência humana e, dentro da história e das lógicas do autismo, se caracterizava como uma ideia polêmica. O aprofundamento teórico sobre o tema, em conjunto com as abordagens discursivas aqui analisadas, sugere que a compreensão social e midiática do autismo ainda está em processo de transformação. Por isso, é essencial que tanto os meios de comunicação quanto a sociedade em geral, ao abordar questões relacionadas às neurominorias, levem em consideração também as questões particulares de indivíduos autistas e neurodivergentes.

Um dos desafios em produções jornalísticas que abordam o autismo é caracterizar um diagnóstico complexo, de atenção crescente na mídia e que traz diferentes narrativas e perspectivas, como as questões neurobiológicas e sociais. Desta forma, a reportagem em questão se inclui no cenário descrito por Rios *et al.* (2015, p. 333) de que "a mídia impressa assume um papel importante nas concepções socialmente partilhadas sobre o autismo no Brasil". Assim, seus conteúdos podem ser documentos úteis para entender a própria história do diagnóstico no país e suas tensões.

REFERÊNCIAS

ABREU, Tiago. Neurodiversidade em pauta: uma análise da reportagem Igual, mas diferente da Folha de S.Paulo. In: XVIII Conferência Brasileira de Comunicação Cidadã, 2024, São Paulo. **Anais da XVIII Conferência Brasileira de Comunicação Cidadã**. São Paulo: Universidade São Judas, 2024.

ABREU, Tiago. **O que é neurodiversidade?**. Goiânia: Cânone Editorial, 2022a. 80p.

ABREU, Tiago. **Narrativas em áudio**: análise de conteúdo de podcasts sobre autismo na podosfera brasileira. 2022b. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Universidade Federal de Goiás, Goiânia, 2022. Disponível em: <http://repositorio.bc.ufg.br/tede/handle/tede/12457>. Acesso em: 3 abr. 2024.

AZEVEDO, Sara Dionizia Rodrigues de. Formação discursiva e discurso em Michel Foucault. **Revistas Eletrônicas Filogenese**, vol. 6, n. 2, p. 148-162, 2013. Disponível em: <https://www.marilia.unesp.br/Home/RevistasEletronicas/FILOGENESE/saraazevedo.pdf>. Acesso em: 6 jul. 2024.

BENETTI, Márcia. Análise do discurso em jornalismo: estudo de vozes e sentidos. In: LAGO, Cláudia & BENETTI, Márcia (orgs.). **Metodologia de pesquisa em jornalismo**. Petrópolis: Vozes, 2007. 228p.

BOTHA, Monique *et al*. The neurodiversity concept was developed collectively: An overdue correction on the origins of neurodiversity theory. In: **Autism**, p. 1-4, 2024. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/13623613241237871>. Acesso em: 8 jul. 2024.

CASCIO, M. Ariel. Comentário: do que estamos falando quando falamos sobre autismo?. In: **Autismo em tradução**: uma conversa intercultural sobre condições do espectro autista. Rio de Janeiro: Papéis Selvagens, 2019, p. 311-322. 392p.

CHAMAK, Brigitte. Autism and social movements: French parents' associations and international autistic individuals' organisations. **Sociology of Health & Illness**, v. 30, n. 1, p. 76-96, 2008. Disponível em: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1111/j.1467-9566.2007.01053.x>. Acesso em: 2 out. 2024.

CHAPMAN, Robert. **Empire of normality**: Neurodiversity and capitalism. Londres: Pluto Press, 2023. 212p.

CHARAUDEAU, Patrick; MAINGUENEAU, Dominique (org.). **Diccionario de análisis del discurso**. Buenos Aires: Arnorrortu editores, 2004. 671p.

DAVIDSON, Joyce. Autistic culture online: Virtual communication and cultural expression on the spectrum. **Social & cultural geography**, v. 9, n. 7, p. 791-806, 2008. Disponível em: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/14649360802382586>. Acesso em: 8 jul. 2024.

DONVAN, John; ZUCKER, Caren. **Outra sintonia**: a história do autismo. São Paulo: Editora Companhia das Letras, 2017. 664p.

FAIRCLOUGH, Norman. **Analysing discourse**: Textual analysis for social research. Londres: Routledge, 2003. 197p.

FOUCAULT, Michel. **A arqueologia do saber**. Rio de Janeiro: Editora Forense Universitária, 2008. 236p.

GUIMARÃES, Nelci; MARTINS, Maura Oliveira. O autismo na mídia-considerações a respeito dos critérios de noticiabilidade. **Cadernos da Escola de Comunicação**, v. 1, n. 4, p. 1-9, 2006. Disponível em: <https://portaldeperiodicos.unibrasil.com.br/index.php/cadernoscomunicacao/article/view/1946>. Acesso em: 5 jul. 2024.

LAGE, Amarílis. Igual, mas diferente. In: Folha de S.Paulo, São Paulo, 27 de jul. 2006.

LOPES, Bruna Alves. **Não Existe Mãe-Geladeira**: Uma análise feminista da construção do ativismo de mães de autistas no Brasil (1940-2019). 2019. Tese (Doutorado em Ciências Sociais Aplicadas) - Universidade Estadual de Ponta Grossa, Ponta Grossa, 2019. Disponível em: <https://tede2.uepg.br/jspui/handle/prefix/2922>. Acesso em: 7 jul. 2024.

NUNES, Debora Regina de Paula; AZEVEDO, Mariana Queiroz Orrico; SCHMIDT, Carlo. Inclusão educacional de pessoas com Autismo no Brasil: uma revisão da literatura. **Revista Educação Especial**, v. 26, n. 47, p. 557-572, 2013. Disponível em: <https://www.redalyc.org/pdf/3131/313128786005.pdf>. Acesso em: 8 jul. 2024.

ORTEGA, Francisco. Comentário: "Por que não ambos?". Negociando ideias sobre autismo na Itália, no Brasil e nos EUA. In: **Autismo em tradução**: uma conversa intercultural sobre condições do espectro autista. Rio de Janeiro: Papéis Selvagens, 2019, p. 119-139. 392p.

ORTEGA, Francisco. Deficiência, autismo e neurodiversidade. **Ciência & saúde coletiva**, v. 14, p. 67-77, 2009. Disponível em: <https://www.scielosp.org/article/ssm/content/raw/?resource_ssm_path=/media/assets/csc/v14n1/a12v14n1.pdf>. Acesso em: 5 jul. 2024.

POSSENTI, Sírio. Observações sobre interdiscurso. **Revista Letras**, n. 61, p. 253-269, 2003. Disponível em: <https://revistas.ufpr.br/letras/article/view/2890>. Acesso em: 5 jul. 2024.

PRADO, Vítor Carneiro Marinho. **Jornalismo e neurodiversidade**: os sentidos produzidos pelo discurso jornalístico do portal G1 sobre o transtorno bipolar. Monografia (Graduação em Comunicação Social: Habilitação em Jornalismo) - Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2023. Disponível em: <https://lume.ufrgs.br/handle/10183/272392>. Acesso em: 8 jul. 2024.

RIOS, Clarice *et al*. Da invisibilidade à epidemia: a construção narrativa do autismo na mídia impressa brasileira. **Interface - Comunicação, Saúde, Educação**, v. 19, p. 325-336, 2015. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/icse/a/jkNFyTCb3kGM7bxxYRpL37M/?format=html&lang=pt>. Acesso em: 8 jul. 2024.

SINCLAIR, Jim. Autism network international: The development of a community and its culture. **Autism Network International**, 2005. Disponível em: <https://www.autismnetworkinternational.org/History_of_ANI.html>. Acesso em: 12 jul. 2024.

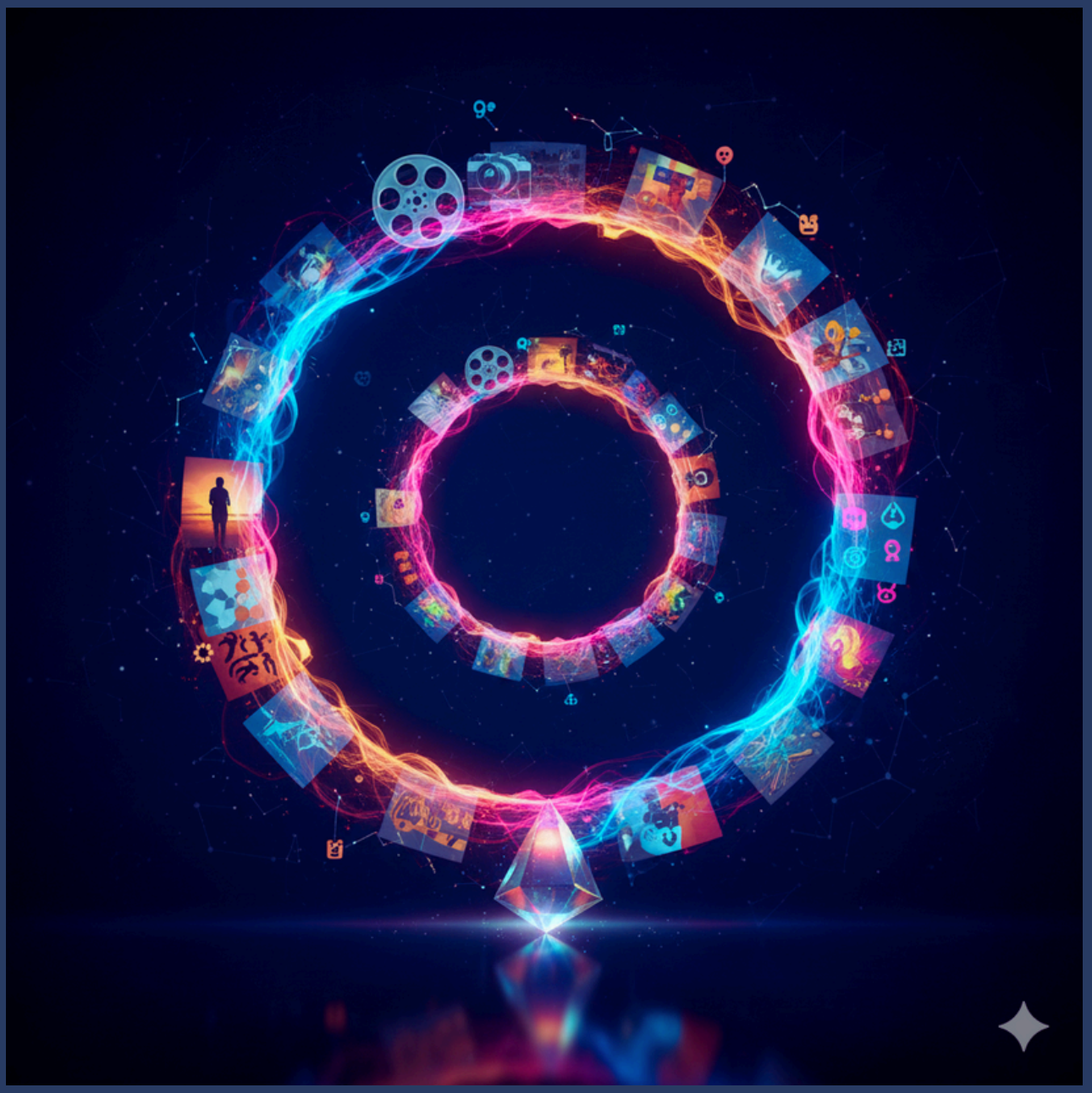
SINCLAIR, Jim. Cultural commentary: Being autistic together. In: **Developments in Neuroethics and Bioethics**. Academic Press, 2022. p. 99-128. Disponível em:

<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S2589295922000066 >. Acesso em: 2 out. 2024.

SINGER, Judy. **Neurodiversity**: The birth of an idea. Amazon Digital Services, LLC: Judy Singer, 2017. 82p.

WALKER, Nick. **Neuroqueer heresies**: Notes on the neurodiversity paradigm, autistic empowerment, and postnormal possibilities. Fort Worth: Autonomous Press, 2021. 196p.

Os autores são responsáveis pela fidedignidade dos dados apresentados.



GT7

GIRA VISUAL: IMAGENS E NARRATIVAS

DAMNATIO MEMORIAE E ICONOCLASTIA NO MUNDO ANTIGO

Elizabeth Sariedine[1]

RESUMO

A destruição de imagens é tão antiga quanto sua criação. Desde que humanos passaram a idolatrá-las, também as temeram. A iconolatria nasceu do desejo de transcendência e a iconoclastia, do medo. Associada ao Império Bizantino, a iconoclastia remonta a gregos e romanos, que a usavam como política, chamada *damnatio memoriae*. O artigo explora a querela das imagens, da Antiguidade à Reforma, com autores clássicos e contemporâneos.
Palavras-chave: Iconoclastia; Querela das Imagens; *Damnatio Memoriae*; Destruição de Imagens.

DAMNATIO MEMORIAE AND ICONOCLASTY IN THE ANCIENT WORLD

ABSTRACT

The destruction of images is as old as their creation. Since humans began to idolize them, they also feared them. Iconolatry was born from the desire for transcendence and iconoclasm, from fear. Associated with the Byzantine Empire, iconoclasm dates back to the Greeks and Romans, who used it as a policy, called damnatio memoriae. The article explores the dispute between images, from Antiquity to the Reformation, with classic and contemporary authors.
Keywords: Iconoclasm; Quarrel of Images; *Damnatio Memoriae*; Destruction of Images.

INTRODUÇÃO

> Que sabedoria a do legislador! Como retratar o invisível? Como imaginar o inconcebível? Como dar expressão ao ilimitado, ao incomensurável, ao invisível? Como dar forma à imensidão? Como
> pintar a imortalidade? Como imitar o mistério? É claro que, quando contemplais o Incorpóreo, tornando-se homem por vossa causa, sereis
> capazes de vesti-lo de forma humana. Quando o Invisível se torna visível à carne, pode-se, então, desenhar uma imagem de sua forma. (DAMASCENO, 2020, p.54)

[1] Bacharel em Artes Visuais, Faculdade de Artes Visuais – Universidade Federal de Goiás, elizabeth.sariedine@gmail.com

Figura 1 - Moeda do imperador Tibério com o nome de Sejano removido em *damnatio memoriae*



Fonte: Jafet Numismatica. Disponível em: < https://jafetnumismatica.com.br/damnatio-memoriae/> Acesso em: 02 out. 2024.

A prática da quebra de imagens é tão antiga quanto a própria história das imagens. Assim que a criatura humana passou a produzir imagens, e por elas se apaixonar e idolatrar, ela também passou a temê-las. A iconolatria nasceu da necessidade humana de um devir, um além-morte que inclui o fantástico como elemento divino intermediado por símbolos. A iconoclastia, do temor destinado a elas. A partir da criação, e a posterior adoração de imagens (tratando-as como ícones), a humanidade plantou a semente do que, mais tarde, viria a ser a querela das imagens.

Ao falar-se de iconoclastia, muito se pensa no Império Bizantino como sendo seu local de surgimento. Ocorre que a destruição imaginal é mais anterior a Bizâncio. Já nas culturas greco-romanas a prática iconoclasta era utilizada como dispositivo político, porém atendia por outro nome: tratava-se do apagamento ou, ainda, da danação da memória, o *damnatio memoriae* (Figuras 1 e 2).

Muito mais que o ataque, ou a destruição, do ícone, a prática consistia na completa aniquilação da memória. A negação memorial era uma das punições mais temíveis, uma vez que ela era aplicada no post mortem. Para gregos e romanos, o legado, em especial o político, estava fundamentado nas raízes da tradição, especialmente a familiar. O além-vida greco-romano dava-se no seio familiar, o oikos, ou a domus romana, de forma que a

memória era uma manifestação estritamente familiar, privada por natureza (COULANGES, 2021)[2].

No entanto, tal dinâmica mudava radicalmente quando o legado migrava da esfera privada e adentrava a pública. Nessa lógica, dava-se grande importância à memória, que poderia ser melhormente acessada por intermédio de imagens dos membros da família, ou vida pública. Assim, cabia ao governante não apenas constituir uma imagem pública, mas zelar e garantir que ela alcançasse o devir.

> Assim, era função do governante construir uma imagem positiva de si, divulgá-la por intermédio de todos os meios possíveis e gerar uma memória, em que se mantivesse viva com o passar do tempo. Para tanto, era necessário apagar imagens concorrentes, sempre que possível. (GONÇALVES, 2003, p.12)

Garantir que a imagem política alcançasse a posteridade não era tarefa fácil. O ato de cultivar e zelar pela iconografia era trabalho árduo, por isso cabia ao político a obrigação de utilizar, em seu proveito, os poderes das imagens (BALANDIER, 1997, apud GONÇALVES, 2003). Portanto, a prática imaginal figurou como método de propaganda, artificio que auxiliou a consolidar o poder do próprio governante.

DESENVOLVIMENTO

À parte de obviedades, o uso político de imagens para construir um léxico visual gerou, em contrapartida, um temor silencioso no fazer político do mundo antigo. Se por um lado, a construção de uma visualidade que consagraria o governante ao devir requeria o zelo e a preservação para uma eficiente transmissão do legado; por outro, o apagamento, a censura e a destruição dessas imagens consistiam na impossibilidade de relembrar o original, uma vez

que “apagar qualquer referência ao morto era como deixar seu cadáver insepulto, uma das piores coisas que poderia ocorrer com os mortos, pois sua alma ficaria sem porto.” (GONÇALVES, 2003, p. 15). Não obstante, tratava-se do mais cruel impedimento para a memória pública, posto que eram completamente obliteradas quaisquer formas de arquivo, registro associado ou pertencente ao condenado à danação.

[2] COULANGES, F. **A Cidade Antiga: um estudo da Religião, do Direito e das Instituições da Grécia e Roma.** São Paulo: Montecristo Editora Ltda, 2021.

Como informa Gonçalves (2003), em Roma, para que fosse imputada a pena do *damnatio memoriae*, era necessário que o comunicante submetesse seu pedido à um senatus consulto, no que dizia respeito à memória de imperadores:

> A *damnatio memoriae* advinha de um senatus consulto, ou seja, de uma decisão tomada pelos senadores. Poderia ser sugerida pelo Princeps, mas a palavra final neste caso, tradicionalmente, dependia do Senado. Além disso, W. Den Boer defende que a *damnatio memoriae* revestia-se de um caráter religioso além de político. Segundo este autor, a *damnatio memoriae* de um Imperador, da mesma forma como a consecratio, fazia-se por intermédio de uma fórmula solene. Este ritual tinha por objetivo recusar a deificação e pronunciar a danação pela coletividade, sendo o Senado o responsável por tomar esta iniciativa. (GONÇALVES, 2003, p.16)

Para tanto, era preciso, sobretudo, que o Senado reconhecesse o acusado como um inimigo de Roma. Isso feito, a *damnatio memoriae* poderia ser aplicada em sua plenitude. Assim, suas principais sanções consistiam desde a proibição da lamentação das mulheres da família pela memória do danado, prática que ressaltava a importância e honrava o morto, social e politicamente em sua comunidade; quanto ao confisco de seus bens, de forma que o terreno anteriormente privado poderia ser confiscado, e transformado em espaço público.

Além disso, imputou-se, também, a remoção de todas as inscrições com o nome do punido, bem como a destruição de todo e qualquer retrato, privado ou público. A destruição de retratos, estátuas e inscrições acarretava a conseguinte proibição da adoração, ou da exibição em cerimônias da família, da imago do penalizado. Naturalmente, algumas imagines, assim como as imagos e as estátuas dos danados sobreviveram, de alguma forma, as sanções de execração pública da memória, fato que demonstra que nem todas as medidas foram seguidas à risca, fosse pela família, ou pela comunidade, posto que "a desgraça post mortem era o reverso de todas as práticas de lembrança tradicionalmente cultivadas pelas famílias aristocráticas." (GONÇALVES, 2003, p.18).

Também demonstra que as várias tentativas de apagamento, destruição ou censura da memória coletiva, resultaram em efeitos contrários, e acabaram por jogar mais luz naquilo que se desejava ocultar. Essa consequência não é novidade na querela das imagens, posto que, quanto mais os iconoclastas se debatem com as imagens e mais negam seu poder, mais afirmam por contraste.

O castigo imputado à memória foi aplicado em diferentes ocasiões, como no caso da família Severo, com a disputa de Caracala e Geta (Figura 3). São poucas as obras históricas que tratam da prática do *damnatio memoriae*, quando não somente a mencionam, sem entrar em detalhes. O caso do Período Severiano (Figura 4), sobreviveu ao tempo graças aos registros de Dion Cássio, quem informou acerca das punições fornecidas à Geta, que variaram entre a destruição de suas representações — imagines[3], imagos, afrescos e moedas cunhadas com a feição, ou menção ao punido—, até o assassinato de mais de vinte mil pessoas relacionadas a ele (GONÇALVES, 2003, p.17).

Figura 2 - Família Severo



Fonte: Museu Altes. Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Damnatio_memoriae > Acesso em: 02 out. 2024.

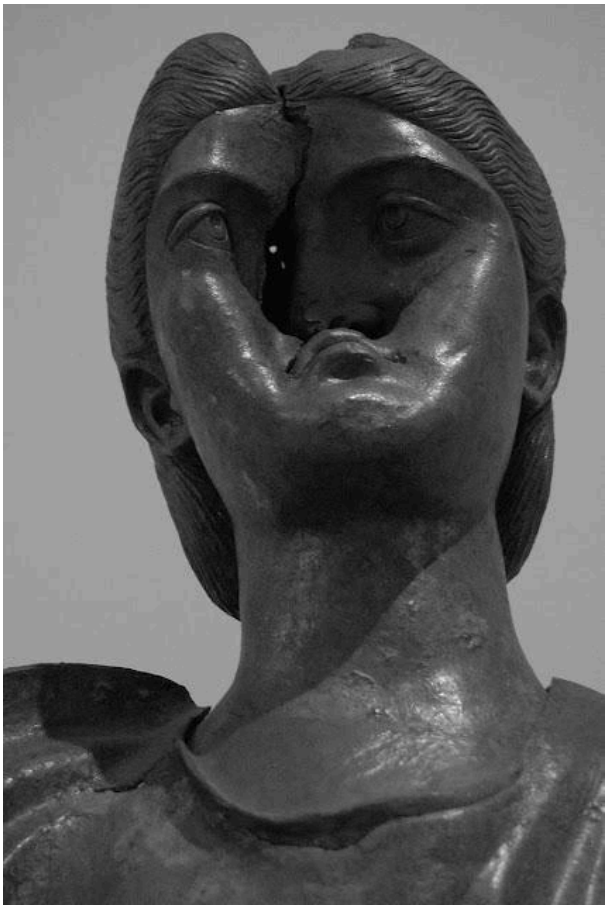
[3] Segundo narrado por Gonçalves (2001), existiam quatro formas de se caracterizar uma escultura: statua, abrangia as peças esculpidas de cunho imperial, nobiliária e divina; imago, referia-se aos bustos, principalmente, dos imperadores; signum e simulacrum eram peças de culto aos deuses.

Figura 3 - Busto de Geta apagado de moeda



Fonte: Jafet Numismatica. Disponível em: < https://jafetnumismatica.com.br/damnatio-memoriae/> Acesso em: 02 out. 2024.

Figura 4 - Estátua de Júlia Aquilia Severa



Fonte: Plan Sequence. Disponível em: <https://wwwplan-sequence.blogspot.com/2013/11/damnatio-memoriae.html > Acesso em: 02 out. 2024.

O esfacelamento do Império Romano não levou consigo a danação da memória, de forma a ser legada ao Império Bizantino na prática iconoclasta. Assim se deu o segundo ciclo iconoclasta (MACHADO, 2000), na forma da destruição violenta de imagens sacras. Antes, atacava-se imagens públicas, em âmbito declaradamente político. Em Bizâncio, por outro lado, atacou-se politicamente a manifestação religiosa de determinadas imagens. Com os fins

de justificar a querela das imagens do período, foram dadas as mais diversas prerrogativas para a destruição imaginal. As principais consistiam no conflito entre o culto à imagem imperial e às cristãs; a associação monástica entre o culto às imagens advir das religiões pagãs; a iconoclastia servia como uma espécie de "purificação" do cristianismo, ao aproximá-la das raízes verbólatras de duas outras religiões abraâmicas, como o islamismo e o judaísmo; à parte

desses fatores, residia ainda o do acúmulo de riquezas e prestígios nos monastérios, além de que a vida monástica tirava a força de trabalho jovem do serviço militar. Há de se considerar que à época, o Império Bizantino sofreu diversas derrotas militares (FERNANDES, 2015), a política iconoclasta serviu de diferentes formas, especialmente como um estabilizador, em prol de um Império instável.

> (...) o iconoclasmo deve ser entendido enquanto uma forma de luta para garantir a sobrevivência do Império, visto que a iconoclastia entrou em vigor justamente numa época em que a idolatria se espalhava em todo o Império, o que faz crer que a escolha de Leão III pela política iconoclasta que proibia a idolatria, induziria a Deus para a concessão de vitórias contra o inimigo, o que acabou por acontecer. Ou seja, o sucesso sobre as invasões árabes teria vindo
>
> justamente quando se proibiu o culto das imagens, era como uma recompensa de Deus. Auzépy afirma que isso pode ser visto também quando se restabeleceu o culto das imagens pela primeira vez, em 787, o que acabou por coincidir com diversas derrotas militares bizantinas, e que o retorno da iconoclastia em 815 foi seguido de vitórias contra os búlgaros. Para a autora, o movimento iconoclasta pode ser considerado como um componente religioso para auxiliar na sobrevivência do Império. (FERNANDES, 2015, p.125)

Ademais, os principais argumentos que sustentavam o iconoclasmo advinham da necessidade do Império de reerguer sua soberania, e uma vez que os bizantinos trocaram

ricamente influências culturais com os árabes — lembremo-nos de que o islamismo, ao possuir raiz comum com as religiões abraâmicas, também condenava a veneração de imagens, posto que o verbo era princípio fundador—, se apropriaram da perseguição às imagens enquanto ferramenta política para encobrir a restauração das bases da autoridade imperial, que ficara comprometida pelo triunfo do islamismo no Oriente (FERNANDES, 2015,p.126).

Diferentemente da aplicação do *damnatio memoriae*, que necessitava de autorização do Senado romano, Bizâncio vivenciou de forma peculiar a querela das imagens, posto que foi constituído uma espécie de simulacro religioso, para dissimular outras intenções dos imperadores iconoclastas. De uma forma ou de outra, a perseguição imaginal no Mundo Antigo se deu nas esferas públicas, como privadas — como no caso bizantino (Figura 5).

> Foi nesse contexto que se chegou à crise gerada pelos iconoclastas: um império atacado por todos os lados, tendo perdido grande parte de suas províncias, arriscando-se a ficar limitado aos territórios europeus em torno de Constantinopla, e em contínuo contato com povos cuja religião repudiava o culto às imagens. Qualquer divergência interna, mesmo doutrinal, punha em perigo a sobrevivência dessa imensa estrutura política — ou o que dela sobrara —, constituída por Roma. (LUPI, 2001, p.151)

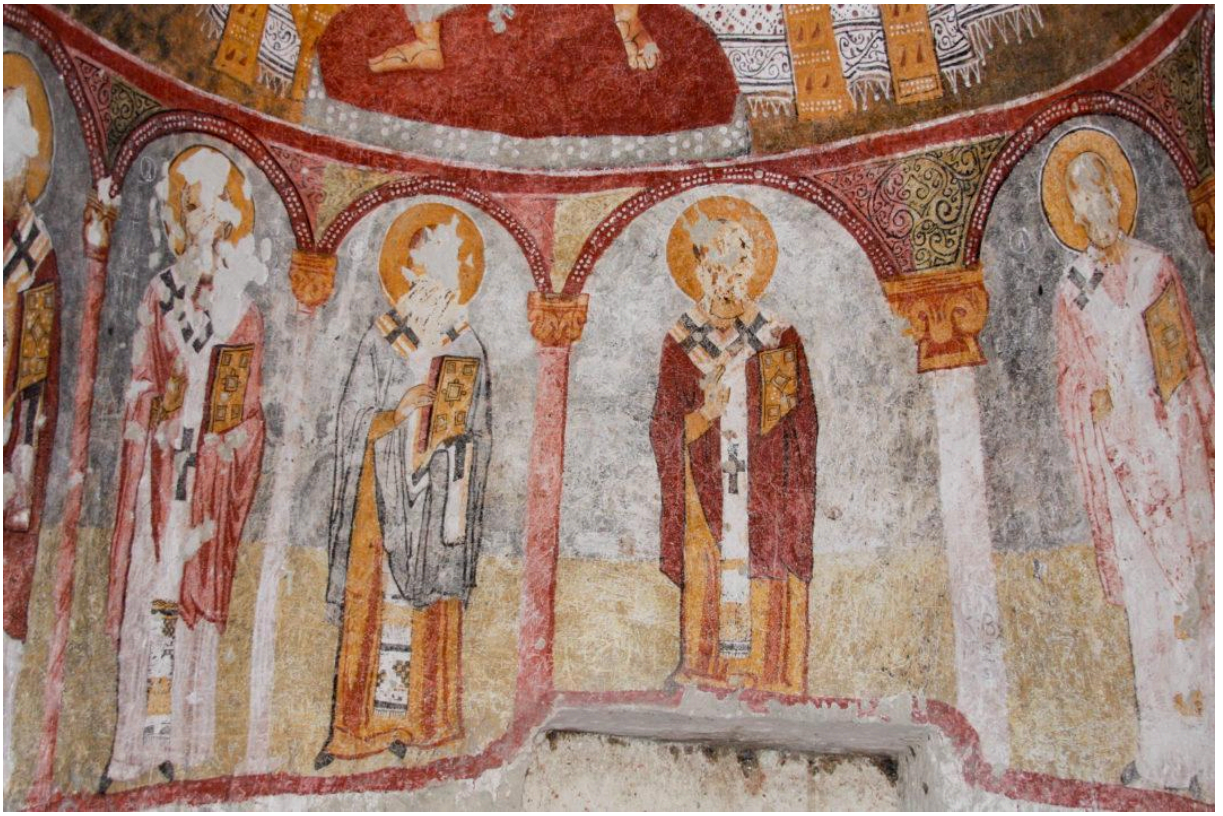
A crise iconoclasta bizantina foi deveras complexa, tanto quanto longa. A querela das imagens se deu em torno da questão tanto do ícone, quanto da idolatria. Os grandes temores das esferas intelectuais teológicas de Bizâncio se davam pelos resquícios do legado pagão, de forma a temer que o cristianismo imperial fosse contaminado com "as superstições, o fetichismo e todas as perversões pagãs ligadas à manipulação talismânica da imagem." (MONDZAIN,2013, p.104).

A querela bizantina herdou os dilemas platônicos acerca da natureza da imagem, de forma a discutir ricamente as filosofias neoplatônicas que pensavam sobre as sombras[4], pois havia um temor comum que a iconografia poderia ser alvo de idolatria, mas antes de sê-lo, atreveria a ser a coisa em si; e em se tratando de ícones, as imagens sagradas ousariam ser não a representação do divino, mas a própria Divindade. Nesse ponto, o horror ao legado pagão havia sido superado pelo pavor da consubstancialidade da imagem ao protótipo.

[4] Em A República, Platão discorre sobre as sombras que enganam os prisioneiros no interior da caverna; e anterior ao Mito da Caverna, também em A República, Platão diz entender as imagens (eikona) enquanto sombras (skias), tratando o tema em sua teoria das artes como mimesis, isto é, seriam as imagens cópias das cópias, uma ilusão mimética, um simulacro. (SELIGMANN, 2021, p.70).

Sobre isso, debruçaram-se iconoclastas antirréticos e iconófilos, pois a questão levantada problematizava, em linhas gerais, se a imagem consubstancial, isto é, feita da mesma substância de Deus, ao protótipo (aquilo que ela representava) era ou não era, e caso não fosse, não poderia ser verdadeira. No entanto, se fosse, era naturalmente uma heresia, posto que "das duas uma: ou as imagens separam as duas naturezas (divina e humana) de Cristo, representando só a natureza corporal, ou as unificam demais e limitam a divina natureza, e em ambos os casos se trata de heresia." (LUPI, 2001, p.162).

Figura 5 - Destruição de painel bizantino.



Fonte: Restorica. Disponível em: <https://www.restorica.it/medioevo/il-secolo-delleresia-iconoclasta/ > Acesso em: 03 out. 2024.

Os principais defensores das imagens, advogavam que "a imagem difere em essência (kat'ousian) do protótipo; portanto, venerar a imagem é diferente de adorar o protótipo, tanto quanto respeitar a estátua do imperador não é culto à sua pessoa humana." (LUPI, 2001, p. 162 apud MONDZAIN, 1996, p. 97-98). Nesse sentido, São João Damasceno insistia no poder pedagógico das imagens, e entendia-as como mediadoras do Verbo, de forma a conduzir o culto à latria do representado, e não da representação, posto que o divisor de águas era a

“atitude interior de veneração e respeito”. (LUPI, 2001, p. 163). Damasceno foi um defensor crucial das imagens durante o conflito bizantino, e suas reflexões impactaram a liturgia que se seguiu, e tampouco poderia ser diferente, seus argumentos influenciaram os concílios que vieram no devir, e servem, hoje, como termômetro da querela das imagens em Bizâncio:

> Mas João falava ainda de outra ação exercida pelo ícone, e que não é somente moral, mas mais propriamente litúrgica. Dizia ele: “quem pode fazer uma imitação do Deus invisível, que não tem corpo, não pode ser delimitado (circunscrito) e não tem forma? Querer dar forma à divindade é a suprema loucura e irreverência”. Com essa frase de A Fé Ortodoxa (cap.16) ele concordava com a questão básica dos iconoclastas: Deus não pode ser imitado nem corporificado, mas isso, continuava ele, só pode ser tomado ao pé da letra se se refere ao Antigo Testamento, porque, com a Encarnação, Deus se fez corpo e pode ser representado na matéria sem ofensa à Sua dignidade. E tudo que Jesus Cristo fez e disse, prossegue João, “foi escrito para lembrança e instrução daqueles que, como nós, ainda não viviam naquele tempo.” Mais ainda, como muitos não sabem ler e outros não têm tempo para leituras “nossos Pais na fé aprovaram que esses eventos fossem pintados em imagens como atos de grande valor, de modo a constituir um memorial conciso do que aconteceu.” Assim, continua Damasceno, nos lembramos pelas imagens, mas não as adoramos; ao que prestamos culto é àquilo ou Àquele de que as imagens são o tipo, o retrato de um modelo. Dessa forma a função dos ícones como memoriais é nos animar a imitar o valor dos santos e glorificar a Deus.
> (LUPI, 2001, p.163)

Como Damasceno, Abu Qurrah, outro importante advogado das imagens, defendia que a proibição da iconolatria era endereçada aos judeus, por sua conhecida tendência a latria, portanto, não poderia ser aplicada aos cristãos. De outra forma, argumentava que a prática de fazer imagens é tão antiga entre os cristãos, por isso, remontava aos apóstolos; disso, se apreende que era naturalmente um fazer apostólico, e que não poderia ser herético (Figura 6). Além disso, se os mais arcaicos doutores da Igreja não apenas recorriam à prática imaginal, como a defendiam, insistir na iconoclastia só poderia resultar no afastamento doutrinário e da própria Igreja. Como último argumento, Qurrah salvaguardava acerca da necessidade de se conhecer as intenções divinas na sua economia para então saber como obedecer ao princípio bíblico de condenação ao culto imaginal (LUPI, 2001, p.160). Foi assim, que após a morte do último imperador iconoclasta, Teófilo, que a imperatriz Teodora, ao

reunir novo sínodo em Constantinopla, restaurou, enfim, o culto as imagens, encerrando a querela bizantina:

> A partir daí, o culto dos ícones desenvolveu-se de tal modo nas Igrejas orientais, derivadas da Ortodoxa Greco-bizantina, que se tornou uma característica do Cristianismo da Europa Ocidental e do próximo Oriente; é como se a própria Igreja, em todo o seu esplendor material, se tornasse uma teofania, uma imagem teófora, portadora de Deus por meio do ícone. (LUPI, 2001, p.153)

Figura 6 - Destruição de rostos em painel bizantino



Fonte: Conhecimento Científico. Disponível em: <https://conhecimentocientifico.r7.com/iconoclastia/> Acesso em: 03. out. 2024.

Com o fim do conflito iconoclasta em Bizâncio, o teor religioso da iconoclastia não se perdeu. Durante a modernidade, a Reforma Protestante resgatou o teor iconoclasta discutido pelos antirréticos, cuja principal discussão retornava ao debate acerca da superioridade da Palavra— enquanto o princípio fundador, o Verbo—, sobre a Imagem. Iniciou-se, assim, o terceiro ciclo iconoclasta (MACHADO, 2000), durante a primeira metade do século XVI. Foram vários os fatores que culminaram no acontecimento e no sucesso da Reforma na

Europa durante a Modernidade, o que aqui não nos interessa. O que se pretende examinar com o advento da Reforma foi seu papel iconoclasta, e os motivos que aproximaram o movimento teológico à discussão dos antirréticos bizantinos.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O movimento protestante, encabeçado por Martinho Lutero, experimentou dois eventos: o retorno às fontes literárias, tanto do Mundo Antigo no que concerne a bibliografia clássica; quanto a redescoberta do texto original da Bíblia. Além disso, a rememoração aos valores litúrgicos e eclesiásticos da Igreja paleocristã influenciaram profundamente o pensamento protestante, e seu gesto iconoclasta. Como bem nos informam Silva e Leite (2022, p.101)24, a onda humanista que se expandiu pela Europa e a filosofia de Erasmo de Roterdã auxiliaram também nos encaminhamentos da Reforma.

Com o auxílio da prensa de Gutenberg foi possível propagar a Bíblia traduzida por Lutero, bem como suas apaixonadas críticas à Igreja. O luteranismo valeu-se dos princípios da lei mosaica de não adoração às imagens, mas seu discurso verbólatra acabou por ser entendido como iconoclasta por outros cristãos. Segundo consta no trecho traduzido por Silva e Leite (2022), Lutero não defendia o ódio as imagens, tampouco pregava pela sua destruição física, para ele, a iconoclastia deveria ser de cunho psicoemocional:

> Aproximei-me da tarefa de destruir imagens primeiro rasgando-as do coração, através da Palavra de Deus e tornando-os inúteis e desprezíveis. Isso realmente aconteceu antes do Dr. Karlstadt sonhar em destruir imagens. Pois,
> quando elas não estão mais no coração, eles não podem fazer mal quando vistos com os olhos. Mas Dr. Karlstad que não presta atenção aos assuntos do coração, reverteu a ordem, removendo-os da vista e deixando-os no coração.
> Pois ele não prega a fé, nem pode pregá-la; infelizmente, só agora eu vejo isso. Qual destas duas formas de destruir imagens é a melhor? Deixarei cada homem julgar por si mesmo. (LUTERO, 1958, p.84, apud SILVA e LEITE, 2022, p. 105)

Karlstad, considerado o primeiro iconoclasta protestante (LINDEBERG, 2001, apud SILVA e LEITE, 2022, p.102), foi um dos mais importantes reformadores, cujas pregações defendiam a soberania da Palavra, e declarava guerra às imagens religiosas, apoiado na lei mosaica que proibia o culto a elas, a qual embasava seu argumento de que a iconolatria poderia corromper o cristianismo. A defesa de uma religião “pura” pode ser considerado um retorno

aos ideais do cristianismo primitivo, e aos valores do Antigo Testamento. Seu ódio às imagens influenciou uma onda destrutiva de iconografias religiosas por toda a Europa, que abrangeu de vitrais a esculturas (SILVA e LEITE, 2022, p.104), fato que serviu como subterfúgio para expurgar toda conexão com a fé católica e legitimar o protestantismo. No caso de Karlstadt, podemos observar que a iconoclastia foi utilizada como recurso para estabelecer o status protestante, romper com os vínculos do catolicismo, mas, sobretudo, é possível notar que o iconoclasmo foi utilizado muito como um ritual, um expurgo coletivo, um ato catártico.

Mais censor que iconoclasta, outro importante reformador que impactou a querela das imagens foi Zuínglio. Para ele, a simples presença de imagens na Igreja flertava com a iconolatria; no entanto, sua censura era destinada às imagens que representassem a Deus ou inspirassem idolatria, pois os ensinamentos divinos deveriam vir somente pela Palavra e com isso, Zuínglio contrariava o argumento de São Damasceno, e do próprio Lutero, quanto ao papel educativo das imagens. Ao contrário de Karlstadt, Zuínglio demonstrou ser mais tolerante para com imagens sacras que representassem passagens bíblicas, e que não tentavam os fiéis ao pecado de idolatria.

Partindo da premissa da permissão de Salomão de objetos de tais naturezas nos templos, não haveria razão de proibi-las, afirmando que se tais coisas carregassem o perigo de latria, nem mesmo Deus teria feito a menorá (ZUÍNGLIO, 1984, p.70 apud SILVA e LEITE, 2022, p.108). Seu discurso censor encontrou grande recepção em Zurique, durante os anos de 1522 e 1524, o que fez com que as imagens sacras fossem completamente retiradas das Igrejas da cidade suíça, sem sinal de violência, a portas fechadas e com o ritual conduzido pelo sacerdócio, guiado pelo reformador. De estátuas a lâmpadas votivas, foram retirados todos e quaisquer objetos religiosos; as paredes foram, em seguida, pintadas de branco, e até mesmo foram proibidos os hinos e cânticos dos templos (SILVA e Leite, 2022, p.109).

Figura 7 - Sérgio Von Helder chuta santa



Fonte: Wikipédia. Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Chute_na_santa> Acesso em: 03 out. 2024.

Figura 8 - Centro espírita atacado por iconoclastas evangélicos



Fonte: Disponível em:
<https://www.polemicaparaiba.com.br/polemicas/mpf-denuncia-pastor-evangelico-por-intolerancia-religiosa/>
Acesso em: 3 out. 2024.

Iconoclastas ou censores, os reformadores protestantes impactaram o fazer iconoclasta da Modernidade, mas seu ódio às imagens perdeu fôlego quando seus princípios verbólatras foram confrontados com a midiatização das imagens religiosas (KLEIN, 2006). O protestantismo contemporâneo não conseguiu escapar da devoração imaginal (Figura 7), e não tão somente foi devorado, quanto devorou, e ansiou, por certo, tornar-se também imagem. Ao observarmos o comportamento protestante, dos anos 90 (Figura 8) ao presente momento, podemos perceber que o modo de condução do culto, tanto quanto a aparência do templo, foram contaminados pela globalização, em outras palavras, pelo olhar cinematográfico, e até mesmo a figura sacerdotal teve de se transformar em imagem (Figura 9). A transição protestante iconoclasta, verbólatra por tradição, em iconófila, ilustra bem a condição experimentada pelas religiões com o fenômeno da globalização, como o próprio catolicismo, que não deixou de experimentar a espetacularização das missas e da midiatização dos sacerdotes. No entanto, o caso protestante serve para demonstrar o quanto a midiatização da vida se infiltrou na civilização contemporânea, e o quanto a espetacularização contaminou as imagens.

Figura 9 - Edir Macedo abençoa Jair Bolsonaro durante culto.



Fonte: Poder 360. Disponível em: <https://www.poder360.com.br/governo/em-culto-edir-macedo-diz-a-bolsonaro-que-sabe-o-que-e-ser-alvo-da-midia/> Acesso em: 03 out. 2024.

A Figura 9 é carregada de simbolismo, especialmente no contexto da espetacularização da religião. Ela encapsula um momento que é tanto religioso quanto político, com uma forte dose de teatralidade e um claro intuito de alcançar e impactar o público. A postura de Bolsonaro ajoelhado e o gesto de imposição de mãos por Macedo evocam um ritual que transmite humildade e autoridade espiritual, ao mesmo tempo em que reforça uma aliança simbólica entre religião e poder político. Esse tipo de cena ilustra bem o que chamamos de "espetacularização do sagrado".

Trata-se de um evento religioso transformado em espetáculo midiático, onde elementos dramáticos são amplificados para criar uma narrativa poderosa e visualmente marcante. A dramaticidade é intencional, buscando evocar sentimentos fortes de devoção, autoridade e até de redenção. Essa imagem pode reforçar a imagem de Bolsonaro como um líder apoiado por uma força espiritual, algo que ressoa com uma parte significativa de sua base eleitoral que valoriza a fé cristã. A teatralidade e a midiatização desse momento revelam o quanto o contexto contemporâneo exige que até os rituais religiosos tradicionais se adaptem para alcançar relevância social e política. No caso de líderes religiosos e políticos, esses eventos são cuidadosamente moldados para transmitir mensagens específicas, em uma fusão entre o sagrado e o secular que busca legitimidade e apoio público.

Esse fenômeno de “espetacularização” do sagrado evidencia como a mídia molda a percepção religiosa contemporânea. Igrejas que outrora priorizavam a simplicidade e a palavra agora incorporam elementos visuais e tecnológicos — iluminação, cenários, e até projeções digitais — para cativar uma audiência habituada ao estilo das mídias audiovisuais. Dessa forma, o protestantismo, ao adotar uma abordagem visual para transmitir suas mensagens, exemplifica a integração entre o religioso e o espetáculo midiático, rompendo com suas raízes iconoclastas.

Para além do ambiente do culto, a figura do líder religioso tornou-se central nesse cenário. Pastores e figuras de influência religiosa assumem agora posturas de “influencers”, com estratégias de comunicação que incluem presença nas redes sociais, discursos cuidadosamente ensaiados e até construção de uma “marca” pessoal. Esse deslocamento da espiritualidade para o plano da imagem reflete o valor atribuído ao visual na sociedade contemporânea. A transformação não é exclusiva ao protestantismo: o catolicismo, como exemplificado na popularização das transmissões das missas e no engajamento nas mídias sociais por parte de figuras clericais, experimenta um movimento semelhante. Assim, as

tradições religiosas, diante da globalização, adaptam-se e se reconfiguram, equilibrando o respeito aos fundamentos de fé com as novas demandas de visibilidade midiática.

REFERÊNCIAS

AUMONT, J. **A imagem.** 11a edição. São Paulo: Papirus Editora, 1993.

BESANÇON, A. **A imagem proibida: uma história intelectual da iconoclastia.** 1a edição. Rio de Janeiro: Bertrand, 1997.

BURKE, P. **Testemunha ocular: o uso de imagens como evidência histórica.** 3a edição. São Paulo: Editora UNESP, 2017.

COULANGES, F. **A Cidade Antiga: um estudo da Religião, do Direito e das Instituições da Grécia e Roma.** São Paulo: Montecristo Editora Ltda, 2021.

DAMASCENO, São João. **Contra aqueles que condenam as imagens sagradas. Contra a heresia iconoclasta.** Curitiba: Editora Santo Anastásio, 2020.

HUBERMAN, D. **A imagem sobrevivente: história da arte e tempo dos fantasmas segundo Aby Warburg.** 1ª edição. Rio de Janeiro: Contraponto Editora Ltda, 2013.

HUBERMAN, D. **Diante da Imagem.** 1a edição. São Paulo: Editora 34 Ltda, 2013.

HUBERMAN, Didi. **Luz contra luz (YMAGO: ensaios breves).** 1a edição. Lisboa: KKYM, 2015. E-book.

LUCERO, María Elena (org**.). Imágenes en tránsito. Acciones y procesos.** Rosario: UNR Editora. Editorial de la Universidad Nacional de Rosario, 2019.

MACHADO, A. **O quarto iconoclasmo e outros ensaios hereges.** 1a edição. Rio de Janeiro: Marca d'Água Livraria e Editora Ltda, 2001.

MONDZAIN, M. **Imagem, ícone, economia: as fontes bizantinas do imaginário contemporâneo.** 1ª edição. Rio de Janeiro: Editora Contraponto, 2013.

KLEIN, A. **Imagens de culto e imagens de mídia: interferências midiáticas no cenário religioso.** 1ª edição. Porto Alegre: Sulina, 2006.

BELTING, Hans. Por uma antropologia da imagem. **Concinnitas**, ano 6, vol. 1, n. 8, jul. 2005, p.64-78.

FERNANDES, Caroline. O iconoclasmo Bizantino: problemas e perspectivas. **Revista Mundo Antigo**, Rio de Janeiro, v.4, no8, p. 115-129, dez. 2015.

FREEDBERG, David. O medo da arte: como a censura se torna iconoclastia. **Concinnitas**, Rio de Janeiro, v.22,n.42, p.24-51, set. 2021.

GONÇALVES, José Reginaldo. O mal-estar no patrimônio: identidade, tempo e destruição. **Estudos Históricos**, Rio de Janeiro, v.28, n.55, p.211-228, jan.-jun. 2015.

KLEIN, Alberto. Contra imagens: apagamento, iconoclastia, devoração e demonização. **Concinnitas**, Rio de Janeiro, v.22,n.42, p.104-119, set. 2021.

KLEIN, Alberto. Imagem como campo de tensão: usos e estratégias de imagens midiáticas pós 11 de setembro. **Intexto**, Porto Alegre: UFRGS, v. 1, n. 18, p. 1-13, janeiro/junho 2008.

LUPI, João. Iconoclastas, Antirréticos, e o Poder da imagem. **Ágora Filosófica**, Santa Catarina, n.2, p.147- 169, jul./dez. 2001.

RODRIGUES, Marcel. A iconoclastia e o "esvaziamento do símbolo": um estudo dos aspectos históricos e psicológicos em torno da destruição de imagens. **Numen**, Juiz de Fora, v.23, n.2, p.50-65, jul.-dez. 2020.

SILVA, G. F; LEITE, F. B. O iconoclasmo protestante: os Reformadores e as imagens religiosas. Sacrilegens, Juiz de Fora, v.19, n.2, p.92-114, jul.-dez. 2022.**Concinnitas**, Rio de Janeiro, v.22,n.42, p. 67-102, set. 2021.

SILVA, Márcio Seligmann. Da iconoclastia à política das imagens: as aventuras da negatividade. **Concinnitas**, Rio de Janeiro, v.22, n.42, p. 67-102, set. 2021.

A autora é responsável pela fidedignidade dos dados apresentados.

O PARADIGMA DA CELEBRIDADE NAS RELAÇÕES PÚBLICAS: O CASO KATE MIDDLETON

Júlia Oliveira[1]
Leticia Matheus[2]

RESUMO

O artigo analisa dois vídeos institucionais divulgados pela família real britânica por ocasião do estado de saúde de Kate Middleton em 2024. O objetivo é compreender se houve diferença tática entre eles, dentro do que chamamos de paradigma da celebridade. A discussão é parte de uma pesquisa em andamento sobre imagem pública e tem como recorte aqui debate sobre narrativas da dor na sociedade contemporânea, levando em consideração o imperativo do testemunho, da intimidade e da autenticidade.

Palavras-chave: Imagem Pública; Autenticidade; Celebridade.

THE CELEBRITY PARADIGM IN PUBLIC RELATIONS: KATE MIDDLETON*'S CASE*

ABSTRACT

The paper analyses two institutional videos released by the British royal family about Kate Middleton's health in 2024. The aim is to understand whether there was a tactical difference between them, within what we call the celebrity paradigm. The discussion is part of an ongoing research on public image and focuses on the debate on narratives of pain in contemporary society, considering the imperative of testimony, intimacy and authenticity.

Keywords: Public Image; Authenticity; Celebrity.

INTRODUÇÃO

Um intervalo de pouco mais de seis meses separa a divulgação de dois vídeos institucionais da família real britânica sobre o estado de saúde da princesa de Gales, Kate Middleton, em 2024. No primeiro, em março, depois de intensa pressão da imprensa, Catherine anunciava que estava com câncer, sem dar detalhes sobre o tipo ou órgão acometido. A mensagem era compreensivelmente de tensão. Em setembro, um novo vídeo foi divulgado, daquela vez bem mais descontraído, no qual Catherine anunciava o fim da quimioterapia. Mais do que diferentes estágios emocionais no enfrentamento de uma doença potencialmente fatal, a diferença de atmosfera entre as duas produções pode revelar

[1] Graduanda em Relações Públicas, Universidade do Estado do Rio de Janeiro (Uerj), julia.oliveira.uerj@gmail.com. Pesquisadora do grupo "VIP: visualidades e imagem pública", Bolsista Pibic CNPq.
[2] Doutora em Comunicação, Universidade do Estado do Rio de Janeiro (Uerj), leticia.matheus@uerj.br. Líder do do grupo "VIP: visualidades e imagem pública". Bolsista Prociência Faperj.

uma mudança tática de Relações Públicas, segundo a qual a família real teria cedido parcialmente à pressão por adotar o que estamos chamando de paradigma da celebridade. O que essa mudança significa em relação ao papel do RP em uma instituição tão peculiar na sociedade contemporânea quanto uma monarquia? E que lições se podem tirar desse episódio para fins de gestão de imagem de outras instituições cujo poder seja também altamente formalizado?

Neste artigo, tentamos estabelecer critérios para definir o que estamos chamando de paradigma da celebridade. Como se trata de uma pesquisa em andamento, vamos testar aqui três critérios: a autenticidade, a intimidade e o testemunho, usando Sibilia (2008), Sennett (1988) e Sacramento (2015). Eles permitirão avaliar se houve de fato uma transformação no modo de abordar a comunicação sobre saúde nesse episódio específico da família real britânica. Seguimos a hipótese de Sibilia (2008), segundo a qual vivemos crescente pressão por adotar táticas de exposição de si que vão muito além do imperativo autopromocional das celebridades. Para isso, usamos o caso da princesa de Gales como emblema, analisando os dois vídeos de modo sistemático e observando uma pequena parte da repercussão, apenas para refinar nossa interpretação.

Monarquias constitucionais, tal como a britânica, não são objetos estranhos aos estudos de Marketing, quando tratadas como marcas corporativas. Não por acaso, a rainha Elizabeth II se referia à própria família como “a firma” (Greyser *et al*., 2006). Mas a pressão contemporânea pela adoção do paradigma da celebridade pode revelar interessantes respostas que parecem úteis à gestão de imagem e de marca em geral.

O artigo se divide em três etapas. Na primeira, descrevemos o caso, apresentando nossa interpretação. Essa hermenêutica parte da confrontação de uma análise fílmica com o contexto e nosso referencial teórico. Essa interpretação tem caráter ensaístico e se abre a outras possibilidades. Em seguida, contamos alguns exemplos de como foi a repercussão em jornais e redes sociais. Esta etapa foi apenas para fins de contextualização, sem uma coleta sistematizada. Fizemos buscas orgânicas no Google e no TikTok, em setembro, pela palavra-chave “Kate Middleton” em dois computadores diferentes (com diferentes históricos de navegação). Na terceira parte, apresentamos alguns critérios para aquilo que estamos definindo como paradigma da celebridade e os confrontamos com o caso Kate Middleton. Como considerações finais, tentamos discriminar os aspectos nos quais eles se aplicam ou

não e se são suficientes para afirmarmos se o casal de Gales cedeu ao paradigma da celebridade.

APRESENTAÇÃO DO CASO

Em janeiro de 2024, jornais britânicos noticiaram que Kate Middleton havia passado duas semanas internada, depois de uma cirurgia abdominal no dia 16, sem que o Palácio de Kensington fornecesse detalhes. Depois de dois meses de especulações, a princesa de Gales divulgou, em 22 de março, um vídeo nos canais oficiais da família real no qual anunciava que estava em tratamento contra um câncer. No vídeo, extremamente melancólico, de 2’14’’, a princesa aparecia em plano americano, sentada em um banco de jardim, com enquadramento centralizado, vestindo calças jeans claras e um pulôver branco largo, com listras azuis, o que acrescia à cena ainda mais melancolia.

Olhando diretamente para câmera, ela se dirigia ao público com voz frágil, explicando que estava em estágio inicial de quimioterapia. Segundo ela, a família precisou de tempo para explicar a situação às crianças da melhor maneira para elas. Segundo analistas (*Kate Middleton's cancer announcement*, ABCNews, 22/03/24, *online*), o anúncio oficial coincidiu com o início das férias dos filhos e a imprensa passou a poupá-la a partir dali.

Figura 1 – Primeiro vídeo



Fonte: ABC News, YouTube, 22/03/2024.

Apesar da compreensível demora na reação, essa tática pode ser entendida como um recurso para aplacar as investidas da imprensa. Embora fosse uma espécie de “satisfação”

aos jornais e ao público, observa-se que em nenhum momento Catherine está abrindo sua intimidade ou dando detalhes sobre seu estado de saúde. O que se vê é uma tentativa de, ao enfrentar a pauta, negociar com a imprensa um pouco de privacidade, de modo a reduzir a demanda por informação. No entanto, aquela não fora a primeira tentativa de interromper o fluxo noticioso, "dando" alguma coisa à imprensa.

Semanas antes, Catherine havia publicado no Instagram uma fotografia com os filhos. Porém o "tiro saiu pela culatra", pois uma adulteração na imagem, feita com Photoshop, só fez aumentarem as especulações sobre sua saúde. O vídeo do dia 22 foi, portanto, fato mais substancial para aplacar a fome dos tabloides. De fato, depois da repercussão inicial, os jornais deixaram de assediar a família sobre o assunto e passaram a atualizar as notícias somente quando a iniciativa partia do príncipe William ou quando Catherine decidia aparecer em público. Mas a insistência cessou.

O interessante é que a necessidade de visibilidade do monarca (ou de representantes da coroa) parece ser intrínseca ao próprio regime. Balmer (2009) lembra da crise, no século XIX, quando a rainha Victória passou dois anos longe do olhar público, em luto pela morte do marido, Albert. Com este exemplo, podemos pensar que a exposição pública da dor, o sofrer junto com os súditos, seria um imperativo de manutenção de poder da monarquia muito antes da cultura das celebridade e das redes sociais, tendo mais a ver com o vínculo emocional entre monarca e súditos, que legitimaria aquele tipo de regime. Esse modelo de reconhecimento não teria sido fragilizado, mas, ao contrário, fortalecido ao longo do século XX, quando, segundo Balmer (2009), a monarquia britânica fez um *rebranding* de gente que estava ali para servir em vez em ser servida, o que só reforçaria a necessidade de apoio popular.

Foi nesse contexto de múltiplas pressões que, no dia 09 de setembro, seis meses mais tarde, Catherine divulgou o segundo vídeo que, segundo a imprensa, marcaria uma mudança na abordagem da família real sobre o diagnóstico da princesa.

Figuras 2 e 3 – Takes do segundo vídeo



Fonte: Entertainment Tonight, YouTube, 09/09/2024.

Com 3’,09’’, também gravado em ambiente externo, esse segundo vídeo possui filtro sépia, música orquestrada de fundo, e reunia o núcleo familiar de Kensington. Mostrando William, Kate, George, Charlotte e Louis fazendo trilha em um bosque, as imagens mesclam outros *takes* de Kate sozinha, enquanto ela atualiza, em *off*, as informações sobre sua saúde. Ela começa o texto anunciando que concluiu a quimioterapia. O tom é equilibrado entre expor uma narrativa da dor, falando das incertezas que a família enfrentou, e, ao mesmo tempo, mantendo certo pudor e contenção, o que seria totalmente esperado. Poderíamos, ainda assim, afirmar que foi produzido um pequeno deslocamento? Vejamos.

As sequências desse segundo vídeo foram mais informais, com os personagens se movimentando mais livremente, embora a própria ideia de intimidade seja protocolar, uma vez que a câmera em nenhum momento se aproxima dos corpos reais. Eles se tocam. A câmera não. Ou seja, os espectadores continuam à distância. Diferentemente das raras manifestações públicas de afeto que o protocolo real exige, Kate mexe no cabelo de Louis

enquanto caminham e o casal chega a aparecer abraçado e de mãos dadas. Em um determinado momento, William beija o rosto da esposa e Kate até dá um tapinha no bumbum de George, o filho mais velho. A encenação reforça o texto lido por Kate, sobre a união da família e o quão precária é a vida, podendo a ameaça acometer a qualquer família. Produz-se aí uma proposta de identificação com a família burguesa comum. Ela descreve o que passou como um "processo de humildade". A "humildade" aí pode significar submeter-se inexoravelmente ao processo de midiatização, inclusive na doença.

Segundo Moulin (2008), o século XX foi marcado pela transição entre dois sentidos sobre a doença: do modelo dramático, que levava ou à morte ou à convalescência, ao modelo da administração da doença, que encontra lugar nos discursos sobre doenças crônicas, medicina preventiva e até preditiva. Sacramento (2015) defende que esse fenômeno marca certo *ethos terapêutico*, ou seja, um processo de subjetivação que teria como mecanismo fundamental a preocupação permanente com a saúde.

No século XXI, a mídia se tornou o *locus* privilegiado de performance da dor, tão marcante no testemunho de muitas celebridades. Podemos lembrar de casos famosos de testemunhos públicos de acometimento de cânceres e outras doenças. Sacramento (2015) lembra do cantor Netinho, do presidente Lula, de Reynaldo Gianecchini (Abib e Sacramento, 2021), Drica Moraes, Preta Gil, Ana Maria Braga, a cantora Simony, mas também outras doenças como a embolia pulmonar que levou Luciano Szafir a uma perfuração do intestino entre tantos outros casos. O que eles têm em comum, acentua Sacramento (2015), é a paradoxal performance de fragilidade, isto é, de humanidade, ao mesmo tempo que esses personagens deveriam operar pela lógica dos olimpianos, como semideuses (Morin, 2018). No caso da realeza, trazer humanidade pode ser arriscado, pois seus corpos, por definição, representariam um duplo: o sujeito e a instituição (Balmer, 2009).

A midiatização da família real britânica não começou "ontem", com a entrevista de Harry e Meghan Markle à Oprah Winfrey em 2022. A rainha Elizabeth II foi provavelmente pioneira entre as monarcas do século XX no uso estratégico de recursos midiáticos, com suas transmissões televisivas desde a década de 1950. Seu pai, George VI, notoriamente já tinha feito uso tático do rádio, tão bem retratado no longa-metragem "O Discurso do Rei" (2011). Com muita parcimônia, Elizabeth II permitia certas imagens da intimidade da família, porém se tratava de cenas ainda muito ritualizadas, como no famoso documentário de 1969.

Apesar de altamente roteirizado, entendemos que o vídeo de Kate Middleton procurou performar uma espontaneidade autêntica, se é que isto é possível, como discutiremos. Nele, as crianças falam para a câmera, os pais de Kate aparecem jogando cartas com os netos na sala de jantar e William tira uma lagarta do cabelo da filha.

O QUE DISSERAM JORNAIS E REDES SOCIAIS

No mesmo dia do lançamento do segundo vídeo, o site da BBC publicou uma análise (*Why Kate's personal video*, BBC, 09/09/2024, *online*) apontando para o tom igualmente melancólico em relação ao primeiro, avaliação com a qual concordamos, sobretudo por causa do filtro sépia e do fundo musical. O artigo avaliava ter havido uma mudança de paradigma na abordagem sobre saúde. Segundo o site, o esperado seria um comunicado protocolar. De certa forma, o primeiro vídeo de março já superava isso, mas ele se parecia com uma nota gravada. Por outro lado, o segundo vídeo contou com uma produção mais cinematográfica.

Dirigido por Will Warr e gravado em Norfolk, o segundo vídeo também se apoiou em um modo de endereçamento diretamente ao público, sem a mediação jornalística, pegando emprestada uma das características das redes sociais. É preciso lembrar, entretanto, que a rainha Elizabeth II sempre transmitiu seus discursos de Natal, dirigindo-se a seus súditos pela televisão. Porém, o conteúdo era sempre muito protocolar e nunca sobre saúde. Já a produção do vídeo de Kate, um curta-metragem de pouco mais de 3', chama atenção. Ela troca de figurino várias vezes. As sequências são entrecortadas por passagens da paisagem natural. "Norfolk encontra Hollywood e Instagram", diz o artigo da BBC.

Esse tipo de iniciativa teria por objetivo evitar que a imprensa tentasse aprofundar a pauta, marcando muito claramente o limite de informação que seria fornecida. Encontra-se aí o paradoxo de manter distância e ao mesmo tempo performar intimidade. O que defendemos é que, apesar de não quebrar radicalmente o protocolo, esse segundo vídeo flerta com valores impostos pela cultura das celebridades, tal como a encenação de intimidade e de autenticidade, conforme discutiremos a seguir.

Apesar de boa parte do público ter se sensibilizado com o vídeo, ainda fica clara a distância entre o público e a família real, como trouxe a revista especializada ''Hello!'':

Figura 4 – Revista Helo



Fonte: Hello, 10/09/2024

‘’E se isso não traz lágrimas aos nossos olhos e nos relembra de apreciar cada momento, também nos faz perceber que eles são uma família como qualquer outra, mas que faz um trabalho muito importante’’ (*Princess Kate inundated with*, Hello, 10/09/2024, *online*). Principalmente a frase em destaque dá a entender que eles são uma família como qualquer outra, mas que ainda sim são “a família real”, então, mesmo sendo um vídeo mais intimista, as pessoas continuam sabendo e reconhecendo o papel deles na sociedade. Esse comentário em particular aponta exatamente para o que a equipe de comunicação da família real busca: criar um senso de proximidade e identificação com o público, sem perder de vista a importância institucional e simbólica que a monarquia representa.

Outros, no entanto, não se convenceram de que o vídeo transmitisse uma genuína autenticidade, argumentando que a produção cuidadosa servia mais a um objetivo de gestão de imagem do que a uma verdadeira abertura emocional, como foi muito comentado no perfil da Vogue Germany no TikTok. Comentários sarcásticos como ‘’Autêntico?’’ e ‘’Eu deveria me sentir triste por ela?’’, e outros observando a formalidade do vídeo como ‘’Bom vídeo de Relações Públicas’’, reforçam a ideia de que ele seria uma "performance" da dor e da união familiar, em vez de uma representação honesta. Essas diferentes percepções acabam levantando questionamentos sobre até que ponto é possível conciliar a necessidade de manter uma imagem pública com a pressão pela transparência e pela proximidade que o público contemporâneo exige das figuras públicas.

A CELEBRIZAÇÃO DE UMA PRINCESA

Devemos nos aproximar da hipótese sobre a adoção do paradigma da celebridade com cautela. Primeiro, por um problema histórico: certamente Lady Di foi tratada como celebridade bem antes de Kate. O segundo limite é pragmático: embora a pressão pela "celebrização" de famílias reais pareça grande, é preciso lembrar que Catherine não é uma celebridade *stricto sensu*. Ainda que não seja chefe de estado, tal qual o rei Carlos III, seguramente representa o Reino Unido e, ainda por cima, seu corpo não é um corpo qualquer, uma vez que deu à luz os três herdeiros do trono. Vamos lembrar do clássico estudo de Bloch (1999) sobre a condição divina dos corpos dos monarcas na Europa medieval, capazes supostamente de curar de escrófulas com o simples toque de mãos. O hábito de tocar permaneceu no ritual do "beija-mão" nos séculos seguintes, manifestação de lealdade que o imperador do Brasil, dom João VI, foi o último monarca a abolir.

Porém, o corpo do monarca não tem poder apenas presencialmente. Ele é capaz de se midiatizar, expandindo sua imagem no tempo e no espaço. Descontando o radical anacronismo que cometemos aqui, lembremos do mais famoso estudo sobre planejamento de comunicação de que se tem notícia, sobre Luís XIV, cuja imagem pública foi construída por uma iconografia cuidadosamente elaborada em pedra, bronze, prata, tela e óleo (Burke, 2009). Nas monarquias contemporâneas, entretanto, a realeza precisa usar as redes sociais.

A família real britânica teria precisado se digitalizar para tentar sustentar a ideia de que não é uma instituição ultrapassada. De fato, 58% dos britânicos ainda apoiam a monarquia constitucional (Coroação de Charles 3, BBC, 24/04/2023, *online*). A adaptação ao ambiente digital surge como estratégia para renovar sua relevância. E é nas plataformas digitais onde acontece boa parte da gestão de imagem no mundo contemporâneo, como parte de uma lógica própria de visibilidade (Campanella, 2023).

O conceito de imagem pública que adotamos aqui é um juízo de valor atribuído a alguém. Trata-se de um conceito "segundo o qual julgam-se pessoas, comportamentos, ideias, administrações e empresas, dentre outros" (Baldissera, 2008, p. 198). Assim, a imagem-conceito contempla a noção de reputação e seu sucesso dependeria de certo domínio das gramáticas das mídias.

Uma das principais regras de performance (Hermanová *et al*., 2023) nesse regime visual contemporâneo diz respeito ao controle de certos critérios de autenticidade culturalmente disputados e dos modos como se espera que essa autenticidade seja

performada (Bon, 2014). Autenticidade seria, portanto, um dos critérios fundamentais para gerir a imagem. Mas será que alguém espera autenticidade de um membro de uma família real? Não estaria seu poder em outro lugar?

Segundo Bon (2014), a autenticidade diz respeito à sinceridade no cumprimento dos papéis sociais. Esse valor é cobrado sobretudo das celebridades, cujas performances são julgadas segundo certa competência em parecer ser aquilo que estão sendo e sendo para o olhar do outro (Sibilia, 2015). Uma rachadura na verossimilhança dessa autenticidade seria capaz de colocar em risco a imagem da celebridade, que precisaria então restaurá-la. No caso de Kate Middleton, por mais condescendente que o público possa ser com ela, pelo fato de integrar a família real, a fotografia adulterada "não colou".

Segundo Karhawi (2021), um dos critérios de atribuição de autenticidade é a percepção de coerência na motivação das ações daquela pessoa. Portanto, como explica Campanella (2022), a autenticidade é percebida como a justa medida de conformidade a certa teatralização. O autor explica que cada regime de visibilidade depende de certo padrão de interação. Com isso, a imagem precisa ser negociada com a gramática de cada mídia. Nesse sentido, pode-se dizer que a equipe de comunicação da família real foi extremamente conservadora no primeiro vídeo, que, claro, adequava-se à gravidade do momento. Como o segundo vídeo foi feito já num contexto de restabelecimento, houve tempo e entusiasmo para arriscar uma produção mais elaborada.

A equação entre performance e reivindicação de autenticidade parece paradoxal à primeira vista. Nesse caso, porém, em uma sociedade altamente atravessada pela produção imagética, sobretudo de si, essa teatralização parece ser o próprio modo contemporâneo de existência (Sibilia, 2015), teatralização esta em cujos monarcas sempre foram *experts*. Enquanto a autenticidade apontaria para a suposta fidedignidade a um "eu", a lógica da performance assumiria, como dispositivo, a representação de si diante do outro, que, no caso da família real, é o que importa. Pois não teria Kate aberto mão do protocolo no segundo vídeo?

Esse mecanismo também pode ser pensado a partir de Goffman (1985) e de sua metáfora teatral para descrever as interações e os papéis sociais. No caso de uma família real, certamente a dimensão da fachada vale mais do que os bastidores e por isso não podemos aplicar integralmente a lógica das celebridades à dinâmica de poder de um monarca. O estatuto de sua notoriedade não se sustenta primariamente em uma construção

midiática, como seria o “olimpiano” de Morin (2018). Portanto, há particularidades e idiossincrasias neste caso que o tornam bastante interessante para pensarmos também os limites do paradigma da celebridade para qualquer instituição de poder.

O segundo conceito que estamos trazendo como parte do paradigma da celebridade é o de intimidade. A intimidade seria, em princípio, antagônica à vida pública, porém ao longo do século XX essas duas esferas foram se cruzando, ao que Sennett (1988) chamou de “tiranias da intimidade”. Segundo Abib e Sacramento (2021), foi essa condição histórica que possibilitou por sua vez a emergência da lógica da exposição de si, explicada por Sibilia (2015) e que dominaria o mundo contemporâneo. A imprensa pressionou Middleton por essa exposição, mas já vimos que ela não avançou muito por esse caminho.

Por fim, pensemos no imperativo do testemunho, lógica contemporânea apontada por Sacramento (2015). É como se produzir narrativas públicas sobre o próprio sofrimento fizesse parte do processo terapêutico e, ao mesmo tempo, como um dos apelos à autenticidade. É preciso não apenas sofrer, mas sobretudo sofrer em público, de modo a conferir certa credibilidade ao sentimento. Neste caso, vemos que Kate Middleton foi obrigada a ler um longo texto na primeira pessoa, contando a experiência pessoal sobre a fragilidade diante da doença, sem, no entanto, dar detalhes sobre o tratamento, pois seu corpo, afinal, ainda é um corpo que possui *status* superior.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Podemos afirmar que o caso sobre a saúde da princesa de Gales ilustra uma mudança na forma como a família real britânica gere sua imagem pública, com uma abordagem mais próxima do paradigma da celebridade, mas sem adotá-lo por completo. Assistiu-se a certa flexibilização da comunicação protocolar, com a adoção de uma produção mais criativa e gestos públicos de afeição. Por outro lado, mesmo dando um testemunho da dor, Kate é preservada pelo enquadramento, por certa distância. Também as frases são genéricas, pouco particularizadas, o que dificulta a percepção de intimidade.

A transição entre os vídeos de março e de setembro de 2024 pode ser vista como uma tentativa de equilibrar o tradicional distanciamento da realeza com as novas demandas do público e da mídia por maior proximidade e humanização, características comuns ao mundo das celebridades. No entanto, apesar dessas aparentes intimidade e espontaneidade,

o rigor da monarquia em manter sua autoridade está presente e é visível para o público e para a imprensa. Essa encenação de uma intimidade protocolar indica que a família real não está totalmente submetida às dinâmicas das celebridades, mas que existiria um encaminhamento para tal.

Assim, a gestão de imagem de instituições com poder altamente formalizado, como uma monarquia, precisa lidar com a tensão entre o cumprimento de seu dever público e a necessidade de se adaptar à lógica contemporânea de exposição, que demanda cada vez mais essa encenação de intimidade e de autenticidade. Se a história nos ensinou algo, é que a continuação da família real depende do sucesso em atender essa demanda sem perder o controle sobre os limites de sua visibilidade.

REFERÊNCIAS

ABIB, Roberto; SACRAMENTO, Igor. O *ethos* de um guerreiro: o testemunho de Reynaldo Gianecchini sobre o câncer. **Intexto**, Porto Alegre, n. 52, p. 93786, 2021. Disponível em: https://seer.ufrgs.br/index.php/intexto/article/view/93786 Acesso em: 27 set 2024.

BALDISSERA, Rudimar. Significação e comunicação na construção da imagem-conceito. **Fronteiras – estudos midiáticos** X(3): 193-200, set/dez 2008. Disponível em: https://revistas.unisinos.br/index.php/fronteiras/article/view/5397 Acesso em: 27 set 2024.

BALMER, John M.T. "Scrutinising the British Monarchy". **Management Decision.** Vol. 47, 2009, pp. 639-675. Disponível em: http://dx.doi.org/10.1108/00251740910959468 . Acesso em: 04 nov 2024

BLOCH, Marc. **Os reis taumaturgos:** estudo sobre o caráter sobrenatural atribuído ao poder real, particularmente em França e Inglaterra. São Paulo, Companhia das Letras, 1999.

BON, Olga Carolina Pontes. A autenticidade que legitima: o blog Petiscos e a celebridade de Julia Petit. **Ciberlegenda**. n. 31, 2014. Disponível em: https://periodicos.uff.br/ciberlegenda/article/view/36966 Acesso em: 27 set 2024.

BURKE, Peter. **A Fabricação do Rei.** A construção da imagem pública de Luís XIV. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2009.

CAMPANELLA, Bruno. De Erasmus de Roterdã a Whindersson Nunes: Reflexões sobre mudanças nos regimes de visibilidade do sujeito no contexto das mídias sociais. Anais do V **Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais**. PPGCC-Unisinos. São Leopoldo, RS, vol. 1, n. 5, 2022, 1-7. Disponível em: https://midiaticom.org/anais/index.php/seminario-midiatizacao-resumos/article/view/1381/1328 Acesso em: 27 set 2024.

CAMPANELLA, Bruno. Regimes de visibilidade na era das mídias sociais: transformações e continuidades. **Galáxia** (São Paulo, online), v. 48, n. 1, 2023. Disponível em: https://revistas.pucsp.br/index.php/galaxia/article/view/62494 Acesso em: 27 set 2024.

GOFFMAN, Erving. **A representação do eu na vida cotidian**a. Petrópolis: Vozes. 1985.

GREYSER, Stephen A., BALMER, John M.T., URDE, Mats. "The monarchy as a corporate brand", **European Journal of Marketing,** Vol. 40, 2006, pp. 902 – 908 Disponível em: http://dx.doi.org/10.1108/03090560610670052 . Acesso em 04 nov 2024

HERMANOVÁ, Marie. SKEY, Michael, THURNELL-READ, Thomas. **Cultures of Authenticity.** Emerald Publishing, 2023.

KARHAWI, Issaaf. Notas teóricas sobre influenciadores digitais e Big Brother Brasil: visibilidade, autenticidade e motivações. **E-Compós**, 24, 2021.

MORIN, Edgar. **Cultura de massas no século XX.** O espírito do tempo: neurose e necrose. Rio de Janeiro: Forense, 2018.

MOULIN, Anne Marie. O corpo diante da medicina. In: COURTINE, Jean-Jacques (org). **História do Corpo.** vol. 3. As mutações do olhar: o século XX. Petrópolis (RJ): Editora Vozes, 2008, pp. 15-82.

SACRAMENTO, Igor. Tornando a dor visível: o *ethos* terapêutico em narrativas testemunhais de celebridades sobre o câncer. **Ciberlegenda**. UFF, n. 32 (2015). Disponível em: https://periodicos.uff.br/ciberlegenda/article/view/36979 Acesso em: 27 set 2024.

SENNET, Richard. **O Declínio do Homem Público** — As Tiranias da Intimidade. São Paulo: Companhia das Leiras, 1988.

SIBILIA, Paula. Autenticidade e performance: a construção de si como personagem visível. **Fronteiras – estudos midiáticos**. v. 17 n. 3, 2015. Disponível em: https://revistas.unisinos.br/index.php/fronteiras/article/view/fem.2015.173.09 Acesso em: 27 set 2024.
SIBILIA, Paula. **O show do eu.** Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008.

MATERIAL EMPÍRICO CITADO

COROAÇÃO DE CHARLES 3: pesquisa da BBC mostra popularidade da monarquia entre os britânicos. **BBC.** 24/04/2023, online. Disponível em: https://www.bbc.com/portuguese/articles/cq53w402jpzo Acesso em: 27/09/2024.

COUGHLAN, Sean. Why Kate's personal video marks strikingly different approach. **BBC**, 9/09/2024, online. Disponível em: https://www.bbc.com/news/articles/c8erzjle823o Acesso em: 27/09/2024.

HOOPER, Tom. **O Discurso do Rei.** Brasil, 2011. 1h 58min.

KINDELAN, Katie. Kate Middleton's cancer announcement likely timed to help protect her kids, expert says. **ACBNews**, 22/03/2024, online: Disponível em: https://abcnews.go.com/GMA/Culture/kate-middleton-cancer-announcement-timed-protect-kids-expert/story?id=108397739 Acesso em: 04/11/2024

STACEY, Danielle. Princess Kate inundated with messages after finishing chemotherapy - see royal fan reactions. **Hello!** Royalty. 10/09/2024, online. Disponível em: https://www.hellomagazine.com/royalty/717265/kate-middleton-inundated-support-after-finishing-chemotherapy/ Acesso em: 27/09/2024.

Vogue Germany. TikTok. Voguegermany. Comentários ao post. Disponível em: https://vm.tiktok.com/ZMhFMqymv/ Acesso em: 27/09/2024.

O(s) autor(es) é(são) responsável(is) pela fidedignidade dos dados apresentados.

TRAVESTIS E O DIREITO DE OLHAR E EXISTIR: UMA ANÁLISE SOBRE A CONTRAVISUALIDADE PRESENTE NAS FOTOGRAFIAS DE DAN AGOSTINI

Lucas Alves Caetano[1]
Ana Rita Vidica[2]

RESUMO

Este trabalho propõe pensar no corpo e no gênero a partir da obra Palomas de fotográfe Dan Agostini. A partir das fotos, em diálogo com imagens de mulheres trans e travestis do *mainstream* foi possível pensar a contravisualidade dos corpos travestis em dois cruzamentos de imagens. Percebeu-se como as fotografias apresentam uma contravisualidade das travestis no contexto brasileiro. Conclui-se que existe uma necessidade de humanizar os corpos trans, e que elas possam viver sem medos e receios.

Palavras-chave: Contravisualidade; transexualidade; fotografia; montagens visuais.

TRAVESTIS AND THE RIGHT TO LOOK AND EXIST: AN ANALYSIS OF THE COUNTERVISUALITY PRESENT IN DAN AGOSTINI'S PHOTOGRAPHS

ABSTRACT

This work proposes to reflect on the body and gender through the work *Palomas* by photographer Dan Agostini. By analyzing the photos in dialogue with mainstream images of trans women and transvestites, it was possible to explore the countervisuality of transvestite bodies through two intersections of images. It was observed how the photographs present a countervisuality of transvestites in the Brazilian context. The conclusion is that there is a need to humanize trans bodies, allowing them to live without fear and apprehension.

Keywords: Countervisuality; transexuality; photography; visual montages.

INTRODUÇÃO

Liniker, Urias, Linn da Quebrada, Jup do Bairro, Glamour Garcia, Ana Carolina Apocalipse, Laerte, entre tantas outras mulheres trans ocupam hoje espaços que durante muitos anos foi predominantemente ocupado por pessoas cis[3]. Novelas, música, *reality show*, séries, filmes, elas ocupam diversos espaços hoje. Seus corpos lutam e resistem aos dados[4] alarmantes anuais que são disponibilizados pela Agência Nacional de Transexuais e

[1] Mestrando, Universidade Federal de Goiás, lucasalvescaetano08@hotmail.com. Bolsista FAPEG.
[2] Docente, Universidade Federal de Goiás, ana_rita_vidica@ufg.br.
[3] Termo utilizado para identificar uma pessoa cisgênero, ou seja, aquela que o gênero pelo qual se identifica é correspondente ao sexo biológico.
[4] Esses dados são referentes ao número de pessoas trans e travestis que são assassinadas anualmente. São disponibilizados em dossiês publicados anualmente no site: https://antrabrasil.org/

Travestis (ANTRA). Estas mulheres mostram que suas semelhantes vieram para ficar, de tal forma que fazem sucesso nos nichos em que ocupam.

Seguindo esta linha, a de exaltação destas mulheres, e com o objetivo de dar uma centralidade a suas existências, trazendo uma perspectiva decolonial, pretende-se dar enfoque em como esses corpos têm ocupado espaços outros, e não priorizar os dados violentos sobre eles, embora seja importante a sua publicização. Portanto, parte-se de uma valorização do que tem sido conquistado, mas sem deixar de lado toda a luta que foi necessária para que essas conquistas fossem possíveis.

Este trabalho inicia-se então destacando a vivacidade do trabalho de Dan Agostini em sua obra, ao trazer mulheres trans de uma forma tão naturalizada e sem nenhum tabu. Assim como a existência destes corpos em lugares de destaque, mostrando que elas podem ocupar qualquer espaço, e principalmente aqueles que lhes são negados por conta do preconceito. Essas mulheres encontram força em meio a todos os obstáculos que a sociedade impõe, uma sociedade baseada na binariedade[5] e no preconceito, que estabelece as ruas como local para que elas possam viver. Mas a obra Palomas, que aqui será trabalhada, assim como outras mulheres que aparecerão no trabalho, estão contra essa leva de ódio[6], e encontram um espaço para lutarem por suas vidas.

A partir de autoras como Butler (2003), Jesus (2012) e Bento (2012), pretende-se elucidar um pouco neste artigo o gênero e a transexualidade, e como elas são definidas. Mirzoeff (2016) aqui tem como objetivo elucidar a contravisualidade que discutiremos a partir das montagens realizadas, de acordo com a metodologia de Warburg (*apud* DIDI-HUBERMANN, 2013). Pretende-se, a partir de uma perspectiva decolonial, priorizar autores brasileiros, dando destaque às vozes que são, por muitas vezes, silenciadas. Esses autores, assim como outros, têm, como objetivo principal, fornecer suporte referencial durante toda a discussão deste trabalho. Tudo isso é buscado para compreender como as fotografias de Dan Agostini na obra Palomas, juntamente com outras imagens, apresentam uma contravisualidade possibilitando que travestis exerçam o direito de olhar e de existir?

No primeiro tópico, pretende-se apresentar rapidamente mulheres trans, tanto no projeto Palomas, quanto em outros espaços. Lanço mão aqui do conceito de gênero para

[5] A binariedade, ou binarismo, é uma "crença, construída ao longo da história da humanidade, em uma dualidade simples e fixa entre indivíduos dos sexos feminino e masculino" (JESUS, 2012, p. 28).

[6] Aqui opto por não utilizar o termo transfobia com tanta recorrência para deixar o foco apenas nas conquistas e vivências dessas mulheres.

termos uma disposição sobre o assunto, além de falar um pouco da transexualidade e como ela é definida.

Em sequência, o tópico discute sobre a contravisualidade e o direito de olhar, a construção desses conceitos a partir de Mirzoeff (2016), e, no próximo tópico, explicitamos a metodologia e utilizamos esses conceitos como base para as análises feitas a partir dos cruzamentos de imagens. Estas produzirão sentidos que não tem o objetivo de chegar a uma conclusão, mas sim levantar um debate importante sobre a existência destes corpos em espaços que hoje não são ocupados por essas pessoas.

Ao final, é proposta uma análise, a partir dos conceitos importantes de gênero e das montagens, que falem sobre o (não) olhar, a partir do direito de olhar de Mirzoeff (2016), assim como também a reivindicação de espaços cotidianos que muitas vezes são negados a esses corpos.

MULHERES TRANS NAS LENTES

Em 2022, Linn da Quebrada participou do *reality show* Big Brother Brasil, e trouxe à grande mídia uma discussão sobre corpos trans e travestis. Discussão essa que, apesar de há alguns anos essas pessoas estarem ocupando espaços no *mainstream*, ainda era rasa, e o discurso em volta disso era violento e preconceituoso. Portanto, a sua presença em um programa tão veiculado faz com que suas semelhantes pudessem se sentir à vontade para participarem também de espaços como este. Isso é dito pois, de acordo com matéria divulgada pelo jornal O Globo[7], foi a segunda edição com a melhor audiência entre 2018 e 2022, com mais de 155 milhões de espectadores, o que acaba trazendo grande destaque para a causa trans no Brasil.

E não apenas Linn, mas diversas outras artistas estão em destaque hoje, tanto na música, quanto em novelas, séries, entre outros. Locais que antes não eram ocupados por esse grupo social. Aqui, trouxe algumas delas para realizar a pesquisa, sendo elas: Glamour

[7] Disponível em: https://oglobo.globo.com/cultura/noticia/2022/04/bbb-22-os-marcos-recordes-desta-edicao-em-numeros-1-25490539.ghtml. Acesso em: 22 jul. 2024.

Garcia[8], Jup do Bairro[9], Liniker[10], Linn da Quebrada[11], Pepita[12] e Urias[13]. Porém, o contexto do cotidiano dessas pessoas ainda é muito pouco visto. Existe uma forte marginalização desses corpos, que impele que possam viver situações banais que são corriqueiras para pessoas cis da sociedade. Ou seja, ainda não existe uma humanização de corpos trans na sociedade, os olhares e discursos de preconceito ainda são existentes.

A partir da obra Palomas[14] da fotógrafe Dan Agostini, é possível pensarmos no cotidiano de travestis de uma forma humanizada, através das lentes da câmera de artista, podemos vislumbrar um espaço de liberdade e de vivência. Essa obra, produzida desde 2020 até os dias atuais, tem como objetivo projetar travestis em situações corriqueiras, e traz como uma grande discussão a forma como essas pessoas são tratadas na sociedade, tentando buscar uma humanização desses corpos, assim como na Figura 1, em vivências cotidianas.

Figura 1 - Fotografia retirada por Dan Agostini



Fonte: National Geographic Brasil, 2023.

[8] Daniela Garcia Machado, 36 anos, atriz brasileira nascida em Marília, SP. Fez a novela A Dona do Pedaço, de 2019.
[9] Jup Lourenço da Mata Pires, 31 anos, cantora e apresentadora brasileira, nascida em São Paulo, SP. Apresentou o programa TransMissão do Canal Brasil juntamente a Linn da Quebrada
[10] Liniker de Barros Ferreira Campos, 29 anos, cantora e atriz brasileira, nascida em Araraquara, SP. Lançou seu álbum Caju em 2024, que recebeu diversos prêmios, inclusive no Grammy Latino.
[11] Lina Pereira dos Santos, 34 anos, cantora, atriz e apresentadora brasileira, nascida em São Paulo, SP. Participou da 22ª edição do Big Brother Brasil.
[12] Priscila Nogueira, 41 anos, cantora, compositora e dançarina brasileira, nascida no Rio de Janeiro, RJ. Lançou diversos trabalhos musicais, incluindo Chifrudo com Lia Clark.
[13] Lorena Urias Martins da Silva, 30 anos, cantora, compositora, modelo e dançarina brasileira, nascida em Uberlândia, BH. Lançou diversos trabalhos musicais, incluindo Diaba.
[14] Disponível em: https://artsandculture.google.com/story/_gWBgxWZw8FzvA. Acesso em: 07 jul. 2024.

Essa obra torna-se importante para essa pesquisa por ser uma obra que retrata o cotidiano de mulheres trans no mundo real, e não apenas no *mainstream.* Realidade essa que é muito bem retratada pela câmera. Sobre a pessoa por trás da obra,

> Dan Agostini é fotógrafe documental, formade em fotografia com especialização em Arte Contemporânea pelo Senac/SP. Em seu trabalho utiliza a fotografia como ferramenta de expressão e reflexão a fim de construir narrativas relacionadas às questões de gênero e direitos humanos em regiões da América Latina. Atualmente, desenvolve projetos documentais e colabora com veículos nacionais e internacionais como National Geographic, The Washington Post, Insider, entre outros. Dan é membro das organizações Women Photograph, Diversify Photo e Mídia NINJA, e é co-fundadore dos Coletivos Doroteia e Chama Sapatão. Dan já recebeu prêmios como Poylatam e This is gender - 50/50 Global health, participou de exposições no Brasil e no exterior e teve seu trabalho financiado por órgãos públicos e privados como Funarte, National Geographic, Lucie Foundation e Vist Projects (AGOSTINI, 2024).

A realidade em que mulheres trans estão inseridas é refletida diretamente neste projeto. Desde fotos delas tendo os hormônios injetados em seus corpos, ou a conquista do aluguel da primeira casa, podemos ver que suas vidas são como as vidas de milhares de outras brasileiras e brasileiros. Porém, o "gênero" entra como uma variável que as afeta muito mais do que essas outras pessoas.

Entende-se como gênero a forma pela qual a pessoa se identifica. Porém, existe uma discussão aprofundada sobre esse termo. Muitos falam que o gênero parte do sexo, e que é uma construção social. E mesmo que o sexo seja, por muitas vezes, entendido como um dado biológico, também necessita de um sistema de significação que também traduz o gênero (BUTLER, 2003). Portanto, o gênero não é algo dado. É um processo pessoal de identificação que cada indivíduo passa. Compreende-se aqui a identificação como um processo que Hall (2008) propõe. Ao invés de pensarmos em identidades, fixas e estáticas, ele traz a ideia de identificação, como algo em processo de construção, algo inacabado, na qual podemos ter diversas identidades que são momentâneas. Portanto, entendemos o gênero também como parte desse processo, não sendo estático, mas algo que está em constante construção.

Porém, por muito tempo o gênero foi imposto na sociedade como norma. Isso tudo surgiu a partir de uma perspectiva de distribuição de papéis sociais em que homens seriam os provedores e as mulheres estariam em papéis subalternos. O poder exercido sobre o gênero parte também de um domínio político, e é por isso que em regimes totalitários as relações de gênero são vigiadas e codificadas (Torrão, 2005).

A transexualidade é uma identidade de gênero (Jesus, 2012), e apenas tem relação com a forma que reivindica o reconhecimento social e legal (seja como mulher ou homem, entre eles ou nenhum deles). Porém, mulheres trans por muito tempo foram chamadas de travestis de uma forma pejorativa, “como sinônimo de "imitação", "engano" ou de “fingir ser o que não se é” (Jesus, 2012, p. 16). E esse termo, hoje é reivindicado como uma identidade para mulheres trans. Tornou-se um termo em que elas usam como forma de resistência a todo o preconceito que sofrem. Sobre a transexualidade, Butler reflete:

> Transexualidade, travestilidade, transgênero, são expressões identitárias que revelam divergências com as normas de gênero uma vez que estas são fundadas no dimorfismo, na heterossexualidade e nas idealizações. As normas de gênero definirão o considerado “real”, delimitando o campo no qual se pode conferir humanidade aos corpos (BUTLER, 2003 apud BENTO, 2008, p. 20)

Essas expressões de trânsito entre os gêneros refletem o quanto não existe uma predestinação de cumprimento de desejos biológicos (Bento, 2012). Portanto, os corpos de pessoas trans tornam-se corpos políticos que resistem às normas de gênero impostas pela sociedade. Por isso, estas resistências tão importantes, para que seus corpos passem a ocupar espaços que lhe foram negados.

CONTRAVISUALIDADE E O DIREITO DE OLHAR

Em um país em que o preconceito é latente, o direito de existir muitas vezes é negado por uma série de discursos violentos. Então, a contravisualidade, ideia que Nicholas Mirzoeff (2016) propõe, existe como forma de resistência à autoridade e ao poder imposto à sociedade. Além disso, o autor ressalta que, apesar de o nome desse processo estar relacionado com percepções visuais no sentido físico, ele não é restrito a isso, “também é formado por relações que combinam informação, imaginação e introspecção em uma interpretação do espaço físico e psíquico” (Mirzoeff, 2016, p. 748). O autor dispõe que a visualidade possui papel autoritário, que durante o período moderno firma-se como o olhar de autoridade (Mirzoeff, 2016), sendo assim um poder sobre grupos minorizados.

A partir do que o autor traz a respeito da contravisualidade, ele propõe uma discussão sobre o direito de olhar. Mirzoeff diz que “direito a olhar é, então, a reivindicação por um direito ao real” (Mirzoeff, 2016, p. 749). Essa proposta em relação com a reivindicação do direito a olhar que é negado ao longo dos anos pela visualidade. Essa visualidade pode ser compreendida como a autoridade e o poder que são exercidos sobre

grupos que são marginalizados. E assim, nos últimos anos, têm surgido esse movimento de reivindicar esse direito.

O direito de olhar pode ser compreendido como direito de existir. Por isso, essa reivindicação torna-se também um ato político, no qual esses corpos conseguem exigir que suas existências não sejam reduzidas a dados violentos publicados em matérias de jornais. O autor traz que "o direito a olhar está fortemente interligado com o direito de ser visto" (2016, p. 756), ou seja, existir na sociedade, exigir seus direitos como pessoa. E, ainda de acordo com o autor, a autonomia que esse direito reivindica opõe-se à autoridade da visualidade.

Dessa forma, a contravisualidade permite que possamos questionar a visualidade, como o poder é exercido de uma tal forma que os corpos de mulheres trans sejam reduzidos a dados violentos, e como as narrativas presentes nas imagens aqui trabalhadas podem tornar possível uma realidade nova para essas pessoas, de tal forma que elas possam exigir que sejam vistas na sociedade. E, a partir disso, podemos analisar como as imagens, tanto as disponíveis *online* quanto as da obra Palomas conseguem, em conjunto, transmitir essa reivindicação desse direito, de existir, de viver, de olhar.

CRUZAMENTO DE IMAGENS

O princípio para essa pesquisa era o de trabalhar com imagens, e, a partir disso, refletir como a contravisualidade presente nessas imagens possibilitam que travestis exerçam o direito de olhar e de existir. Para isso, foi selecionado como método para a pesquisa o Atlas Mnemosyne, proposto por Aby Warburg em 1924 (DIDI-HUBERMAN, 2013) que se trata de uma disposição imagética em um fundo negro. Essa disposição foi proposta pelo autor com o objetivo de criar um conjunto de imagens que, no final, se relacionam, de modo que não seja fixo. Após feita a disposição, torna-se possível que as imagens conjuntamente possam fazer pensar, criar diálogos entre si e produzir sentido.

Didi-Huberman (2013), ao falar sobre a proposta de Warburg, relata que "o atlas Mnemosyne menos ilustra uma interpretação preexistente sobre a transmissão das imagens do que oferece uma matriz visual para multiplicar as possíveis ordens de interpretação" (DIDI-HUBERMAN, 2013, p. 392), fazendo-nos verificar que não se trata de um discurso preestabelecido, mas que, com as diferentes formas de combinação acabam fazendo com que cada pessoa tenha uma interpretação distinta. Warburg, a partir desse ponto,

compreende que deveria “renunciar a fixar as imagens” (DIDI-HUBERMAN, 2013, p. 389), que antes eram coladas nos quadros. Agora, elas seriam apenas dispostas, pois, as diferentes formas de disposição também podem acarretar a diversas outras formas de interpretação.

Ao pensar na construção das montagens aqui propostas, foi necessário a busca das imagens do projeto Palomas, citado no tópico anterior, que estão disponíveis em um site[15], além de buscar imagens de mulheres trans e travestis que hoje ocupam espaços *mainstream* (novelas, séries, música, entre outros) que eram, e ainda são exclusivamente ocupados por pessoas cis. O objetivo em correlacionar essas imagens é mostrar que esses corpos podem ocupar qualquer espaço, independente de qual seja. E, ao utilizar esses cruzamentos de imagens, pretende-se não analisar as produções dessas travestis, ou chegar a conclusões sobre seus corpos, mas sim criar diálogos e propor possibilidades de cruzamentos que ainda não tenham sido realizados e que se abrem a outras construções (DIDI-HUBERMAN, 2013).

As imagens de mulheres trans ocupando espaços *mainstream* foram retiradas do Google Imagens a partir de pesquisas de termos como: cantoras trans brasileiras (como Linn da Quebrada, Jup do Bairro, Liniker, Urias), atrizes trans brasileiras (como Glamour Garcia) e artistas trans brasileiras (como Pepita). A ideia em pesquisar essas imagens é a de refletir que essas pessoas podem ocupar tantos espaços cotidianos (a partir da obra Palomas) como espaços ocupados majoritariamente por pessoas cis, como novelas, música, séries, entre outros.

Para refletir as imagens, a interpretação de quem faz a reflexão não pode ser descartada. Todas as suas vivências, bagagens e experiências tornam-se importantes para compreender as modificações que as imagens aproximadas causam. Portanto, aqui também possui influência, a partir da visualização dos cruzamentos, da experiência de quem escreve, na tentativa de construir uma relação entre o cotidiano de mulheres trans e a ocupação realizada por elas de espaços majoritariamente ocupados por pessoas cis.

Enquanto homem, cis, branco, homossexual, que vive em uma cidade grande, pretendo utilizar desses privilégios para conceder meu espaço à essas vozes tão pouco escutadas na sociedade. Pretendo, através da minha pesquisa, trazer o foco para um assunto tão sério e tão pouco discutido no meio acadêmico, para refletir, não apenas o quão desigual

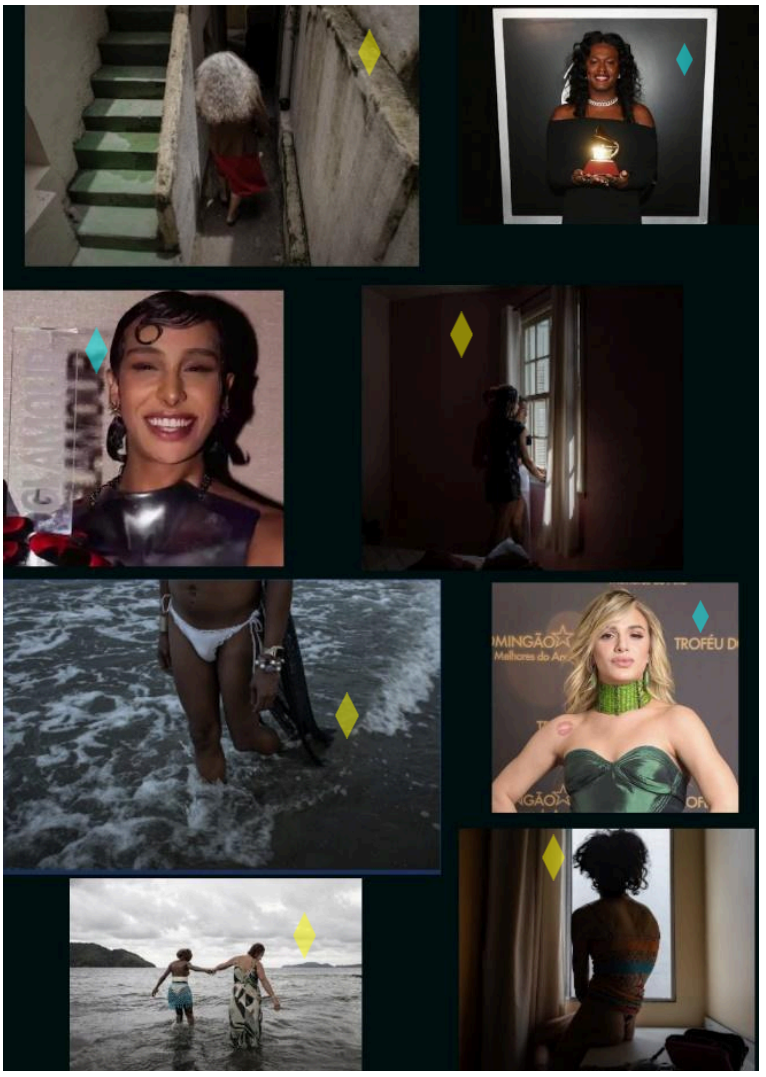
[15] Disponível em: https://artsandculture.google.com/story/_gWBgxWZw8FzvA?hl=pt-B. Acesso em: 04 set. 2024.

é a atenção dada às mulheres trans, mas também celebrar as oportunidades que muitas vêm tendo nos últimos anos.

A intenção da criação desses cruzamentos de imagens é pensar nas questões de corpo, gênero e afetos a partir dos sentidos produzidos entre si. Portanto, foram criadas duas pranchas visuais para dar início a essas reflexões, principalmente para pensar a contravisualidade, que será elucidada mais a frente, a partir das montagens.

O (Não) Olhar

Figura 2 - Montagem visual feita pelo autor



Montagem Visual 1 – (Não)Olhares de mulheres trans: a reivindicação da existência (Lucas Caetano)

A Montagem Visual 1 (Figura 2) traz uma reflexão em torno do olhar e o não olhar, recuperando a proposição de Mirzoeff (2016). Nas fotos retiradas da obra Palomas

(marcadas em amarelo), podemos observar que nenhuma das modelos olha diretamente para a câmera. No entanto, mulheres como Linn da Quebrada, Liniker e Glamour Garcia olham diretamente. Aquelas que desviam seu olhar estão em contextos cotidianos, vivendo suas vidas. Já as que olham para a câmera estão em contextos midiáticos, no caso, premiações[16].

Apesar dos rostos das mulheres retratadas por Dan Agostini estarem encobertos, com os corpos de costas ou cortados pela câmera, os espaços em que habitam e/ou transitam, o corredor de um edifício, interiores de quartos e o mar são mostrados. Cenas comuns que humanizam estas mulheres que, diariamente, têm seus corpos negados, impedindo que transitem por qualquer lugar, cotidiano ou não, ou mesmo existam. Nesse sentido, o olhar negado à câmera de Dan é a expressão dessa negação social. Enquanto a autorização do olhar das mulheres na mídia, mostra uma autorização de uma visualidade dominante, a mulher trans que "serve" ao entretenimento.

Logo, é contravisual retratar mulheres trans na sua intimidade. Essa intimidade também é expressa na iluminação das fotografias, em contraluz (segunda e quarta fileiras) ou levemente subexposta (terceira fileira). Ou na pose das modelos, cujo virar de costas, se torna um convite para entrarmos no espaço em que habitam. Ou, na afetividade demostrada pelas mãos dadas na imagem da quarta fileira.

A apresentação de mulheres trans em espaços midiáticos com poses e trejeitos estereotipados nos permite refletir como elas ainda têm a retratação de contextos cotidianos renegados, como se não pudesse viver como pessoas comuns ou mesmo não fossem pessoas comuns.

Um outro aspecto a ser considerado é o fato de serem mostradas por Dan Agostini sem maquiagem, o que reforça a não-binariedade dos seus corpos. A binariedade, um discurso reproduzido fortemente na sociedade, que diz respeito ao sexo, em alguns casos acaba definindo a conduta da pessoa (BENTO, 2012), como a forma de falar, de agir, de se vestir. E a falta de representações no *mainstream* e em discursos padronizantes fazem com que essas pessoas percam prospecção de futuro. Às vezes, esse olhar distante das câmeras diz respeito ao medo que existe em viver, afinal, a expectativa de vida de mulheres trans no Brasil é de 35 anos.

[16] Liniker está no Grammy Latino, Linn da Quebrada está no prêmio Glamour, e Glamour Garcia está no Troféu Imprensa.

As mulheres trans e travestis sempre foram linha de frente na luta contra o preconceito para a comunidade LGBTQIAPN+, e, por nem sempre seguirem os padrões de gênero, acabam sendo ainda mais excluídas. E assim, é importante dizer que a expressão do gênero feminino, ou de feminilidades são os fatores que acabam sendo definitivos nessa grande violência. Piscitelli (2002) diz que as mulheres são oprimidas apenas por serem mulheres, e que suas experiências são a prova de sua opressão.

Quanto ao poder exercido sobre o corpo trans, "[...] a fim de manter as divisões de gênero, precisamos controlar aqueles corpos que são tão refratários que chegam a apagar as fronteiras" (FAUSTO-STERLING, 2002, p. 27). A partir desses discursos que tentam controlar esses corpos, acabam desnaturalizando-os da mesma forma, criando diversos outros discursos violentos contra eles. Temos o tamanho da transfobia presente no Brasil hoje em dia.

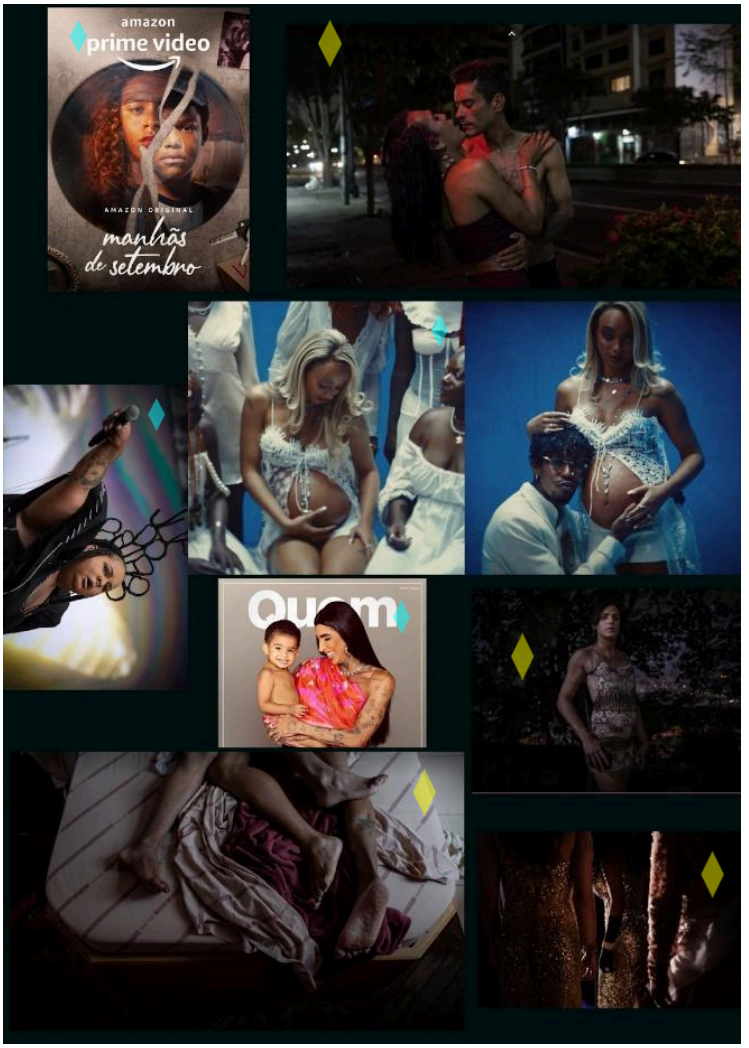
Portanto, ao olhar para a câmera, Linn, Glamour e Liniker reivindicam o olhar para todas as suas semelhantes que tiveram esse direito negado. E tanto elas, quanto as modelos da obra Palomas conseguem mostrar que, independentemente do espaço, elas vivem e podem viver, sem amarras. E, mesmo que as modelos da obra não olhem para a câmera, elas reivindicam o direito de existir, de ter uma vida como qualquer outra pessoa, de poder transitar de forma livre e do modo como quiser.

Vivências e cotidiano de Mulheres Trans

Na segunda montagem (Figura 3), a análise a ser feita é baseada no fato de que os corpos aqui estudados reivindicam os espaços que lhes são de direito. Desde um casal na cama, até filhos, a possibilidade de viverem sem as padronizações que a sociedade impõe. A resistência desses corpos, como uma possibilidade de contar suas histórias sem o preconceito. E mesmo que não consigam gerar um filho, tenham o direito de viver o sonho de ter uma família.

No cruzamento, as imagens marcadas com amarelo, assim como na primeira montagem, representam as fotos disponíveis na obra Palomas, e as marcadas com azúis, retiradas do Google. Seus olhares de afeto, seja para o filho, seja para o amado, humanizam a existência desses corpos, trazem para a vida dessas mulheres aspectos que são restringidos apenas para pessoas cis na sociedade.

Figura 3 - Montagem visual feita pelo autor



Montagem Visual 2 - Espaços reivindicados: cotidiano e vivências de mulheres trans (Lucas Caetano)

A contravisualidade latente nestas imagens expressam a reivindicação de desses aspectos, sendo protagonistas, não apenas como Liniker em Manhãs de Setembro, mas também de suas vidas pessoais. Essas mulheres que transitam nas ruas das cidades, ou se deitam em suas camas com seus amados, ou em cima do palco, amplificando suas vozes com microfones (como na foto de Jup do Bairro abaixo da capa de Manhãs de Setembro).

As fotos tiradas para o projeto Palomas estão em uma iluminação menor, em contrapartida, as fotos retiradas do Google estão com uma boa iluminação. O que acaba nos fazendo recuperar da montagem anterior a questão da intimidade, a iluminação reflete esse ambiente mais íntimo e cotidiano, já que as imagens retiradas do Google são todas feitas para aquele objetivo.

E aqui, podemos discutir o papel de cada pessoa na sociedade. De acordo com Rodovalho, "[...] o papel que a pessoa desempenha no mundo não é decidido de maneira unilateral, por decreto, mas sim através duma negociação tensa de sentidos entre o que é ser e o que é parecer" (2017, p. 369). Porém, é visto que na sociedade, mulheres trans e travestis apenas são articuladas para ocupar papéis de prostituição ou de pessoas "abjetas", através do poder autoritário imposto. Assim, quando vemos mulheres trans em papéis maternos, ou vivendo o amor, o carinho, entre outros espaços evocados socialmente apenas por pessoas cis, precisamos replicar essas imagens para que seja possível a naturalização dessas vivências.

A vida está ali, passando para aquelas mulheres que vemos na segunda montagem. Elas desejam lutar e viver. Elas reivindicam o direito de existir em seus gestos, em suas poses, em sua forma de vestir. Seus corpos são políticos, e lutam por um mundo onde elas possam transitar sem terem medo, ou receio. Em maio de 2019[17], a transexualidade deixou de ser colocada como uma doença no Código Internacional de Doenças (CID), então, há menos de 10 anos ainda existiam médicos que tratavam essas pessoas como se tivessem alguma doença. Mas vemos, em cada rosto da Figura 3, e até mesmo nos não olhares da mesma, que elas querem viver. Não serem consideradas como "doentes", mas sim como seres humanos.

PARA NÃO CONCLUIR

A partir deste trabalho, foi possível verificar como é possível que as fotografias de Dan Agostini na obra Palomas, juntamente com outras imagens, apresentem uma contravisualidade possibilitando que travestis exerçam o direito de olhar e de existir. Elas, através de seu olhar, são capazes de reivindicar espaços que são majoritariamente ocupados por pessoas cis, como fez a própria fotógrafe. Ilu, como pessoa não binária, age olhando para mulheres trans, que abrem sua intimidade, suas casas e, mesmo que não olhem diretamente para câmera, imaginamos seus olhares. E imaginamos futuros para suas existências, podendo exercer diferentes papéis sociais, normalmente negados, como a maternidade, relações afetivas amorosas estáveis e momentos felizes com ou sem um parceiro.

Nas duas montagens, foi possível refletir, a partir do não olhar e de espaços diversos que essas mulheres estão conquistando seu lugar, mas ainda são deixadas de lado em

[17] Disponível em: https://pebmed.com.br/transexualidade-nao-e-mais-considerada-um-transtorno-mental/#:~:text=Pela%20nova. Acesso em 04 set. 2024.

contextos sociais cotidianos. Suas vidas ainda são desvalorizadas, e não existe uma grande discussão sobre o que fazer para melhorar sua qualidade de vida. Apesar das grandes conquistas, ainda é cedo para gritar “VITÓRIA!”, já que o Brasil ainda lidera como o país que mais mata pessoas trans no mundo, como os dados da ANTRA apontam.

Dessa forma, a ideia com este artigo é de proliferar discussões sobre corpos trans no meio acadêmico para que, a partir disso, também possamos propor discussões na sociedade que façam com que essas mulheres possam ter mais oportunidades de viver, e não se limitarem a pensar apenas nos 35 anos que os dados as restringem, mas poderem ter uma possibilidade de futuro.

REFERÊNCIAS

BENTO, Berenice. **O que é transexualidade?** Coleção Primeiros Passos. São Paulo: Brasiliense, 2012 (2a. edição).

BUTLER, J. **Problemas de gênero**: feminismo e subversão da identidade. Tradução de Renato Aguiar. Rio de janeiro: Civilização Brasileira, 2003.

AGOSTINI, Dan. Sobre. 2024. Disponível em: https://www.dnagostini.com/sobre. Acesso em: 26 jul. 2024.

DIDI-HUBERMAN, Georges. **A imagem sobrevivente**: história da arte e tempo dos fantasmas segundo Aby Warburg. Rio de Janeiro : Contraponto, 2013.

FAUSTO-STERLING, Anne. **Dualismos em duelo.** *Cad. Pagu* [online]. 2002, n.17-18, pp.9-79.

Fonte: **National Geographic Brasil**. Disponível em: https://www.nationalgeographicbrasil.com/photography/2023/02/projeto-palomas-um-olhar-para-o-cotidiano-da-transgeneridade. Acesso em: 24 jul. 2024.

HALL, Stuart. **Quem precisa da identidade?** In. SILVA, Tomaz. T. Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais. Petrópolis: Vozes, 2008. cap.3, p.103-133.

JESUS, Jaqueline G. **Orientações sobre a população transgênero**: conceitos e termos: guia técnico sobre pessoas transexuais, travestis e demais transgêneros, para formadores de opinião. Brasília: Autor, 2012. Disponível em: https://www.diversidadesexual.com.br/wp-content/uploads/2013/04/G%C3%8ANERO-CONCEITOS-E-TERMOS.pdf. Acesso em: 24 jul. 2024.

MIRZOEFF, Nicholas. **O direito de olhar**. In: Revista Educação, Temática, Digital. Vol. 18, n.4. Campinas : São Paulo, 2016.

PISCITELLI, Adriana. “Recriando a (categoria) mulher?”. In: ALGRANTI, L. (org.). **A prática feminista e o conceito de gênero.** Textos Didáticos, no 48. Campinas, IFCH-Unicamp, 2002, p. 7-42.

RODOVALHO, Amara Moira. CIS by TRANS. **Revista Estudos Feministas**, *[S. l.]*, v. 25, n. 1, p. 365–373, 2017. DOI: 10.1590/%x. Disponível em: https://periodicos.ufsc.br/index.php/ref/article/view/48521. Acesso em: 29 jul. 2024.

TORRÃO FILHO, Amílcar. **Uma questão de gênero: onde o masculino e o feminino se cruzam.** *Cad. Pagu* [online]. 2005, n.24, pp.127-152.

O(s) autor(es) é(são) responsável(is) pela fidedignidade dos dados apresentados.

O Novo e o Tradicional - IBORU: uma análise do discurso

Thais Ortega Pichinin[1]

RESUMO

Iboru – projeto no qual Marcelo D2 apresenta o Novo Samba Tradicional, e que também contempla uma parceria com Jack Daniel's, que será o nosso objeto de estudo neste trabalho. No qual visamos a compreensão dos conceitos de discurso e memória, através da análise do discurso de vídeo da série. Temos como objetivo entender a relação discursiva entre o novo e o tradicional, a memória, visando compreender como a Jack Daniel's e D2 constroem significações a partir da memória e da construção narrativa.

Palavras-chave: Discurso; Memória; Construção Narrativa; Passado; Presente.

The new and the traditional – IBORU: a discourse analysis

ABSTRACT

Iboru – project in which Marcelo D2 presents the New Traditional Samba, and which also includes a partnership with Jack Daniel's, which will be our object of study in this work. In wich will we aim to understand the concepts of discourse ande memory, through the analysis of the video discourse of the series of video. We aim to understand the discursive relationship between the new and the traditional, memory, aiming to understand how Jack Daniel's and D2 construct meanings from memory and narrative construction.

Keywords: Discourse; Memory; Narrative Construction; Past; Present.

Introdução

Iboru – É o novo projeto de Marcelo D2, um projeto para promover o Novo Samba Tradicional, como pode ser observado no curta ficcional que já teve inúmeras visualizações no Youtube[2]. Nesse curta, o cantor apresenta seu projeto "o que eu proponho aqui é ancestralidade de futuro, o rap e o samba se encontra novamente, só que agora é no terreiro do samba, onde o bicho pega. O novo samba tradicional. Esse aqui é meu filme, escrito e dirigido por mim, Marcelo D2. (...)" No curta também é apresentado a canção "A fonte que eu bebo" que traz trechos como "nego velho anda devagar, mas está sempre na frente",

[1] Bacharela em Administração pela Pontifícia Universidade Católica (PUC-SP), Mestre em Comunicação e Práticas de Consumo pelo PPGCOM ESPM com bolsa CAPES Integral e Doutoranda em Comunicação e Práticas de Consumo pelo PPGCOm ESPM com bolsa CNPq. São Paulo, Brasil. Contato: <thais.pichinin@acad.espm.br>

[2] Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=MSwadHP0Fd8> , acessado em 22 de agosto de 2024

“nego velho é aula de vida, é sabedoria” e “lá que eu vou buscar ensinamento (.) é a fonte que eu bebo, minha base de vida. (.) Está sempre comigo, minha maior referência”, demonstrando o respeito pelo ancestral, uma valorização do “velho”. Nesses trechos fica claro a relevância do passado para escrever o agora e o futuro.

Esse projeto, além dos shows, músicas, ocupação e o curta-metragem, também contou com uma parceria com a marca de whisky Jack Daniel’s. Essa parceria produziu uma série, que visava ressignificar rótulos, composta por 10 episódios, divulgados tanto na página do Instagram do cantor (@marcelod2) quanto da marca (@jackdanielsbrasil).

E nesse trabalho temos como objetivo entender a relação discursiva entre o novo e o tradicional, a memória, visando compreender como a Jack Daniel’s constrói significações a partir da memória e da construção narrativa. Por meio de uma revisão bibliográfica visamos compreender os conceitos entorno do discurso e da memória, com base em Pêcheux, e relacionar essa ressignificação e essas relações, através de uma análise do discurso dos quatro primeiros episódios da série entre Jack Daniel’s e o projeto de MarceloD2, IBORU.

Análise do Discurso e Intericonicidade

Antes de adentrarmos aos 4 episódios, primeiro precisamos definir o que entendemos por discurso e memória discursiva. Para isso, nos baseamos nos conceitos apresentados pela Análise do Discurso (AD).

Neste trabalho, vamos nos basear nos conceitos, como já foi dito, de Pêcheux (1990), que nos apresenta o discurso como a materialização ideológica, ou seja, muito além da frase, entendemos que o discurso é uma ação que gera interatividade e que este é construído socialmente. Dessa forma, o discurso nunca é uma construção solitária, mas sim, sempre uma construção para e através do outro.

Ao analisarmos o discurso estamos pensando a articulação dos processos da linguística e da ideologia, ou seja, a AD entende o uso da linguagem como prática social e o discurso é o resultado dessa interação social. Tendo uma base interdisciplinar, e seu início como resultado das análises das relações de poder político da época, esse método, é compreendido muito além de apenas uma ferramenta para observar o corpus, mas sim, a partir dos seus pressupostos teórico-metodológicos de pesquisa, da compreensão do discurso como todo essa interação entre sociedade (história e ideologia) e linguagem, evidenciando a relação entre língua, discurso e ideologia.

Outro ponto que a AD observa é que o sujeito não é dono do discurso, mas sim assujeitado por ele, o sujeito é atravessado e estruturado pelo discurso do outro, sendo assim, não possui autonomia. Ou seja, o sujeito não é autor do seu próprio discurso.

Dessa forma quando realizamos uma análise do discurso estamos entendendo muito além do discurso em si, propriamente dito, pois na realidade estamos analisando todo o seu arredor, ou seja, com qual discurso conversa, e como este contém outros discursos. Assim podemos compreender que todo discurso vem de outro e atravessado por outro, e dessa forma adentramos no "universo discursivo", que são várias formações discursivas, que nos possibilitam o entendimento do funcionamento do mundo, da ideologia vigente.

Assim como veremos no projeto IBORU, no qual o Marcelo D2 o intitulado como o novo samba tradicional, ou ancestralidade do futuro, os discursos sempre estão dialogando com outros discursos, os passados, os presentes e os futuros, a esse processo damos o nome de interdiscursividade, é isso que possibilita que um discurso recupere outros.

Gomes (2019) nos apresenta que o campo discursivo é composto por vários discursos e que há uma amarração entre esses discursos. A interdiscursividade, possibilita que um discurso recupere outros discursos. Gomes (2019) nos explica:

> Porém, também concebemos como parte constitutiva do exercício da linguagem o processo, aparentado ao de interdiscurso ou até dele derivado, de intertextualidade. Essa concepção deriva da constatação de que um discurso reencena elementos de discursos já dados, ou melhor, lança mão de significações culturalmente cristalizadas porque já estabilizadas em discursos/textos de produções que o antecedem. Realizam tal feito contra-argumentando, parodiando, ressignificando, traduzindo/aplicando a outros objetos as rubricas anteriormente relacionadas a campos específicos, acoplando sentidos em outro tipo de articulação, mixando etc. (GOMES, 2019, p.278)

É valido ressaltar que essa relação entre os discursos, não são apenas um retorno, mas muitas podem ser também uma ressignificação. A AD nos auxilia a compreender todos esses processos interdiscursivos, visando compreender as trocas existentes, mobilizando uma memória discursiva. Brandão (2004, p.96) nos expõem que "Enunciar é se situar sempre em relação a um já-dito que se constitui no outro do discurso".

Memória

Como já foi dito, todo discurso é um retorno/diálogo com outro, ou seja, há um retorno através de uma memória coletiva. Conforme as reflexões apresentadas por Nunes (2024), baseadas em Iúri Mikhailovich Lotman, a memória pode ser compreendida como

processo comunicacional e está possibilita, no tempo presente, uma outra possibilidade de existir, “sendo um ato do presente que se volta ao passado e ao futuro” (NUNES, 2024, p.66).

Dessa forma, podemos pensar nas duas expressões apresentadas por Marcelo D2, “o novo samba tradicional” e “ancestralidade do futuro”, que de forma explicita expõem justamente esse passado que servirá de referência para a construção do futuro. As palavras “tradicional” e “ancestralidade” remetem a uma valorização do passado, algo que não se pode perder e que é passado entre as gerações, há uma busca pela conservação das raízes desse estilo musical, dos saberes dos grandes mestres. Ao mesmo tempo que as expressões são compostas pelas expressões “novo” e “do futuro”, que nos remetem ao nosso atual momento e ao futuro, trazendo a relevância desse projeto que se baseia no passado para escrever o que no futuro será considerado ancestral e tradicional. Ou seja, há uma brincadeira entre passado, presente e futuro, entre o novo e o tradicional/ancestral, assim como os discursos. O novo samba é escrito em relação a um já-dito do samba tradicional.

Dessa forma podemos observar que a memória nos serve como motores para o movimento, assim como no exemplo citado das expressões que compõe o projeto IBORU, ou nos conceitos apresentados sobre memória por Nunes (2024), esse movimento de retomada do passado para a escritura do futuro gera um movimento, que ocorre através da memória.

DOS SANTOS CAMARGO (2019) nos apresenta que “O conceito de Memória Discursiva reconstrói a história, que se inscreve pelo passado, que retorna ao discurso por vestígios, os quais remontam, dentro deste, os efeitos de memória” (p.178).

Os discursos possibilitam essa movimentação semântica, através da retomada de alguns discursos e no esquecimento de outros, ao mesmo tempo, em que um determinado discurso dialoga com outro, ele ao mesmo tempo, está esquecendo/silenciando outros inúmeros discursos. Enquanto um discurso, assim como a canção “A fonte que eu bebo” que diz “lá que eu vou buscar ensinamento (....) é a fonte que eu bebo, minha base de vida. (.) Está sempre comigo, minha maior referência”, retoma um discurso como fonte de referência, há também nessa escolha algum outro discurso que caiu em esquecimento, e que gera uma movimentação dos discursos e seus valores simbólicos. Nunes (2024) nos apresenta:

> A cultura passa a ser sinônimo de memória longeva da coletividade, contando com o aumento do volume dos textos, mas também com sua redistribuição, o que promove a reorganização do sistema codificante, gerando movência. O aumento de volume da memória se dá, então, às custas de uma reserva de textos que não estava

> atuante na centralidade da semiosfera, mas que pode ganhar atualidade. (NUNES, 2024, p.67)

Dos Santos Camargo (2019), apoiado em Pêcheux, também nos apresenta que a memória é móvel e inconstante, a compreende através da repetição e regularização da materialização do discurso, um sistema sempre vem para desregular o anterior, inaugurando uma nova série de compreensões.

Dessa forma, para nossas análises, podemos compreender que os discursos são a materialização ideológica, e que estes sempre estão em diálogo com outros, fazendo com que haja uma reorganização do sistema codificante com base na memória coletiva que dialoga com discursos do passado para inserção dos futuros. Através das análises dos 4 episódios da parceria entre Jack Daniel's e o projeto de samba de Marcelo D2, IBORU, no qual tem a mensagem de ressignificar os rótulos, temos o objetivo de observar esse movimento e reorganização simbólica presente nos vídeos através dos discursos.

Mas antes precisamos reiterar que a nossa compreensão de discursos não se limita apenas aos discursos tradicionais, por meio da linguagem. Não podemos esquecer que os discursos também se fazem presentes por meio das imagens e iremos nos basear nos conceitos de J.J. Cortini, da intericonidade, para compreensão desses interdiscursos das imagens. Assim como os discursos dialogam com outros, o mesmo ocorre com as imagens.

> A intericonicidade supõe a relação entre imagens externas, mas também entre imagens internas, as imagens da lembrança, as imagens da rememoração, as imagens das impressões visuais armazenadas pelo indivíduo. Não há imagem que não faça ressurgir em nós outras imagens, quer essas imagens tenham sido já vistas ou simplesmente imaginadas. (CORTINE, 2011, p. 160).

E as imagens também dialogam com outras imagens através da memória.

> (...) o fato de as imagens se ligarem umas às outras se dá na medida em que elas fazem parte de um conjunto de pensamento, portanto, de saberes, comuns a um grupo com o qual estamos em relação em um momento dado de nossa história. (...) A reconstrução da memória e sua consequente produção de acontecimentos não está fixada somente em um passado anterior ao objeto estudado, mas nos dá a possibilidade de irmos para frente no tempo de produção desse objeto, ou seja, estamos no futuro do corpus que investigamos. Dessa perspectiva, o que interessa não é o objeto em si, mas quem olha para aquele objeto, que posição assume e a qual tempo ele, o sujeito, está vinculado. (MILANEZ, 2013, p.351).

Ou seja, as imagens, assim como as palavras, também compõem os discursos, que são a materialização ideológica, e que estes sempre estão em diálogo com a memória coletiva, ressignificando alguns discursos enquanto outros são esquecidos.

Análises – descrição do corpus

A série de vídeos da parceria entre IBORU e Jack Daniel's foi divulgada pelo Instagram tanto da marca quanto do cantor e faz parte de uma parceria que contou não apenas com outras diversas postagens, mas também ativações, como o "paredão".

A primeira postagem da série ocorreu em 19 de setembro de 2023, sendo no total 10 episódios, com o último sendo divulgado em 29 de janeiro de 2024. Neste trabalho iremos analisar apenas os 4 primeiros, pela sua relevância e relação com o tema estudado, como pode ser percebido nos títulos dos episódios: 1 - Recriando antigos rótulos; 2 - Ressignificando o samba; 3 - O velho e o novo e 4 - O novo e o velho.

Também optamos por selecionar esses quatro primeiros episódios, pois nesses são apresentadas as narrativas de Marcelo D2 relatando um pouco sobre o projeto IBORU, sendo que nos outros são apresentadas as narrativas e opiniões de outros artistas, produtores, músicos que participaram do projeto, um pouco dos bastidores, sobre a ocupação que também fez parte da parceria.

Episódio 1 – Recriando antigos rótulos

O vídeo divulgado dia 19 de setembro[3] dá início a uma série de vídeos e começa com a fala do Marcelo D2 explicando a intenção desses vídeos. "Bom. A gente tá aqui hoje pra criar uma serie sobre ressignificar rótulos. Tá ligado o arco e flecha? Quando você puxa lá atrás pra acertar lá na frente? É isso. Conectar o antigo, o novo, no agora. Porque o tempo é o agora. " Durante essa frase fica aparecendo a capa da série, em preto, escrita em branco, com cenas do cantor sentado em uma poltrona de veludo preto, em um escrito com as paredes também escuras e algumas decorações na parede. Em uma mesinha tem uma garrafa de whisky Jack Daniel's Tenesse, a versão clássica. Logo em seguida, quando o cantor termina de falar, inicia um fundo musical, como se em um intervalo, e uma voz de fundo, como se um diretor, fala: "Marcelo D2, vamos começar apresentando". E novamente aparece

[3] Disponível em < https://www.instagram.com/reel/CxYmYSgJ4Vp/?igsh=ZDB6YjJ6aGd4ZjFu> acessado em 22 de agosto de 2024

o cantor sentado, como se em uma entrevista, relatando um pouco de si. “É o roqueiro, é o rapper, é o isso, é aquilo ou é o sambista. Eu sempre tô mudando e a ideia de não ter uma mudança assim, pra mim é assustadora. Estar fazendo a mesma coisa por muitos anos. Então, pra mim criar o novo rotulo, uma nova linguagem é essencial” Logo em seguida, inicia um trecho da música “A fonte que eu bebo” - “Malandro nato, firme no papo, um verdadeiro expoente. Nego velho anda devagar, mas tá sempre na frente. Oi lá. La que vou buscar ensinamento” E novamente volta para a narração do cantor, mas dessa vez contando um pouco das suas experiências e trajetória, a cena começa focando em um copo com a garrafa de Jack Daniel’s Tennessee e volta para ele “É, nesses meus 30 anos de carreira, acho que tive vários momentos de mudanças.

Dentro do próprio Planet Hemp, acho que do primeiro pro segundo disco foi uma mudança muito grande, assim. Eu tive uma mudança pra carreira solo, que foi, dentro da minha carreira solo mesmo eu tive uma mudança do primeiro disco que é um disco super experimental para um segundo disco mais pop. E ai na “A procura da batida perfeita” quando eu venho com a música com meu filho, cara eu ouvi muito na rua falaram assim: “Porra teu filho, aquela música, cara. ” Eu não imaginava que você era um pai assim, atencioso, que evolui e desenvolve com o filho. E eu falava muito sobre isso que a procura, é mais importante que a batida perfeita, sabe? As pessoas focavam sempre no: “e a batida perfeita? ” Não, a procura que é a grande parada. Outro dia minha sobrinha tava falando isso: “Olha, a gente tá aqui, mas daqui a pouco meu tio pode falar: Não quero mais! Vamo embora todo mundo, e vai mudar tudo isso”. Porque eu mudo bastante. Então essa coisa de ser um cara que tá sempre em evolução. Isso tudo. Porque eu sou o que estende a mão, mas sou também o que dá bronca. Eu sou o que abre a casa, mas também o que bota pra fora de casa. Eu sou uma pura contradição. Acho que talvez seja esse meu rótulo – contraditório”. Então finaliza com um fundo preto com o logo em branco da marca e seguido dos dizeres “Existem os rótulos que nos dão. E aqueles que criamos no mesmo. Beba com moderação”.

O vídeo é gravado como se o cantor estivesse sendo entrevistado, contando um pouco de si, dando suas opiniões, em um formato de depoimento. E a gravação traz um ar de cinema, as mudanças de cenas, trazem um tom mais nostálgico, que combina com a iluminação, dialogando com esse primeiro vídeo que apresenta o projeto, mas também traz essa valorização do passado, do clássico, com exemplo podemos observar a escolha da garrafa de Jack Daniel’s Tennessee, ou pelos trechos das músicas selecionadas para tocar. E

durante as narrações, além das cenas do cantor, na poltrona, também são intercaladas cenas da garrafa e do copo de whisky, e dos bastidores, eles subindo as escadas, Marcelo de óculos olhando as gravações, uma claquete.

Durante os momentos de depoimento, o cantor veste uma calça jeans, um moletom preto por cima de uma camiseta branca, um tênis amarelo e um boné da marca de whisky. É valido também ressaltar as expressões do cantor, como quando ele fala que é assustador a falta de mudanças e arregala os olhos, a câmera foca nisso.

Episódio 2 – Ressignificando o samba

O vídeo foi divulgado dia 27 de setembro[4], dando continuidade ao anterior, também mantém o mesmo estilo de gravação, com a mesma abertura e encerramento. O cenário muda um pouco, agora o cantor aparece sentado em um sofá de couro de cor caramelo, sendo que, no fundo tem uma poltrona vitoriana branca com detalhes dourados e estofado estampado. Ao fundo, tem uma porta janela de cor branca e vidro, as paredes ainda são escuras, em tom de azul. Há também um espelho com moldura dourada. Esses elementos trazem um ar mais clássico, sóbrio ao ambiente. Neste vídeo, o cantor conta como nasceu o projeto IBORU, ele começa narrando "Eu tenho um respeito muito grande com tudo que faço. Então, sempre tem uma preocupação em não mexer no que não deve ser mexido, sabe? Eu tenho minhas coisas, tipo coxinha? É de galinha. Sabe? Esse tipo de coisa. Feijão, é preto. O IBORU ele começou em um prato de comida, cara. A gente tava comendo uma rabada em casa, meus filhos adoram rabada. E quando eu vi aquilo, cara, eu comecei a pensar, cara, isso daí é muito ancestral, tá ligado? Nesse meio tempo, eu comecei a fazer o disco, eu chamei minha mãe para cozinhar uma rabada lá em casa, falei para ela sobre isso e ela ficou super emocionada. Pó, e logo depois eu perdi minha mãe, minha mãe faleceu". Nesse trecho, corta para uma imagem de uma lareira, numa imagem preta e branca, e a voz da mãe de Marcelo ensinando a fazer a rabada. Depois volta para o depoimento do cantor: "Escrever, cara, para mim, criar, sentar num lugar e escrever. Sei lá, eu escrevo, eu escrevo assuntos muito profundos, pra mim são muitos profundos. De vivência de rua ou familiar. Então sempre tem uma dor ali, é difícil, é difícil para caramba. O que eu tô fazendo, cara, com o samba, é o que O Fundo de Quintal e os caras do Cacique de Ramos fizeram nos anos 80. Sabe? Quando colocaram tam-tam, repique, banjo. Imagino que deve ter uma galera que

[4] Disponível em < https://www.instagram.com/reel/CxswAj_ukNk/?igsh=MWs2aGVldTh4dDYxag==> acessado em 22 de agosto de 2024.

deve ter olhado torto, mas esses caras revolucionaram o samba e hoje a gente chama isso de tradicional, né cara? Por isso eu tô chamado de um Novo Samba Tradicional, esse samba. Para mim, ressignificar é mexer com carinho e com respeito, sabe? Não é toda hora que você pode mudar, não é toda hora que você pode sacudir as coisas e mudar de lugar. Para mim, as coisas são sempre com muito estudo, com muito carinho. Eu só vim fazer o disco de samba, que talvez não seja, sei lá, uma novidade, ninguém foi pego de surpresa, Marcelo D2 tá fazendo um disco de samba. A cultura hip-hop me ensinou muito isso, a importância de dar um passo pra frente. Um passo à frente você não está no mesmo lugar. A ideia de criar um álbum que fosse pra durar pro resto da vida acabou saindo isso. Talvez eu tenha demorado tanto porque eu tava procurando o meu samba" Nessa hora, começa a tocar "O Samba Falará+Alto" no trecho "o meu samba vai passar, doutor. Me ensinando o que ensinou".

É interessante ressaltar que nesse vídeo, Marcelo D2, ainda está ressaltando a importância do clássico, de ressignificar, mas com respeito, e que tem coisas que não se mexem, como o feijão preto, e a coxinha de frango, e nas construções de cena, o cenário ainda mantêm elementos clássicos como no vídeo anterior, e é mantido o mesmo whisky, o clássico, Jack Daniel's Tennessee, para compor as cenas.

Episódio 3 – O velho e o novo

O terceiro episódio da série foi divulgado no dia 05 de outubro de 2023[5], mantendo o estilo de depoimento, explicando sobre o seu projeto e sua relação com o samba. O cantor aparece em uma sala, com as paredes com texturas do papel de parede em um estilo clássico em tons escuro e detalhes em dourado, na parede do fundo tem um luminoso em formato de cifrão ($) remetendo a cultura do hip-hop, mais jovem, mas também com uma relação de poder que dialoga com outros elementos do ambiente. O cantor está sentando em uma cadeira estilo vitoriano, com madeira e estofado escuro, e detalhes em dourado, ao lado uma mesinha com abajur, a garrafa de whisky, o copo e uma garra de Coca-Cola, que durante o vídeo o cantor abre e despeja no copo com whisky, preparando um dos clássicos drinks com whisky, o "Jack and Coke".

O vídeo inicia com o cantor falando "O samba tava encruado assim, na minha cultura, na minha pele, de um jeito que. Quando eu sentei na frente de uma folha em branco e falei: eu tenho que desenhar alguma coisa aqui. Bum! O samba saltou na cara. Acho que foi uma

[5] Disponível em < https://www.instagram.com/reel/CyCAFw2piGI/?igsh=cnp4Ym1odnc2ZnVm>, acessado em 22 de agosto de 2024

coisa muito natural assim, não foi algo planejado e tal. Veio do jeito que veio", nesse momento ele serve a Coca-Cola, no copo de whisky, preparando um Jake and Coke, e depois ele continua: "Eu conversando com o Jorge Aragão, ele me falou: "Olha, isso que tú tá fazendo é samba, hein? " Aí eu falei: tá bom. É samba, sabe? É tudo samba" E então ele começa a relatar suas experiências musicais: "Quando eu comecei a fazer música, me veio vários flashes da minha vida inteira, aí eu falei "Ah, tá. É isso mesmo, tá ligado? " Porque a primeira vez que eu fui no Cacique de Ramos. A primeira vez que eu fui no Cacique de Ramos, eu vi lá Beto sem Braço, Almir Guineto, Jovelina Perola Negra, todo mundo em volta de uma mesa, sem microfone, versando. Eu lembro que eu saí de lá tipo, apavorado assim. Foi a primeira vez que vi uma roda de samba. Foi brabo. Uma roda de samba de verdade, assim. Que depois vieram a se tornar os maiores sambistas do samba contemporâneo, né, cara? E a minha geração dos anos 90 tinha essa ideia de que tinha que procurar o que era o nosso som, qual era a nossa mistura. Qual era os temperos para fazer essa mistura? Os Raimundos, por exemplo, com vários filhos de nordestinos que moravam lá e que faziam um hardcore com forro, né? Com música com bastante influência do Nordeste. E, Chico Science com maracatu. Foi meio que natural para gente buscar no samba, que era a música do Rio de Janeiro, a nossa identidade ali, né, cara? A gente conversava muito que queria fazer um rap que tocasse em qualquer lugar do mundo e falassem "Esse rap é do Brasil". Não tinha outro jeito se não fosse samplear samba, sabe? Ou botar o tempero de samba dentro. E Chico falava uma coisa: que tinha que fazer música regional, mas que seja universal" E nisso começa, como em um intervalo, a tocar um trecho da música "Gandaia", no trecho "Venha para a roda, venha para gandaia. Não invente moda para fugir da raia" e nisso o Marcelo D2 volta para finalizar: "O samba é a nossa essência. Quando você pensa em samba você pensa em uma comunidade, né, cara? Você não pensa em ouvir um samba sozinho. Quase sempre você pensa de ser uma coisa em comunhão. Eu acho que o samba ele tá onde ele tem que tá mesmo, sabe? A alma do samba é que não pode ser tirada, sabe?" e então começa a tocar o samba "Deixa clarear ôô, deixa clarear ôô".

Nesse episódio, já conseguimos visualizar novos elementos no cenário, que criam novos discursos, além de trazer a Coca-Cola para compor o seu drink, não sendo mais consumido puro, da maneira clássica, dialogando com o discurso do novo, de ressignificar.

Episódio 4 – O novo e o velho

O quarto episódio foi divulgado em 10 de outubro de 2023[6], e nesse há uma mudança do cenário de uma sala, um ambiente fechado, para o que parece uma loja, ou uma sala, de discos de vinil, mas não há mais o ar de escritório, de um ambiente mais sério, é um ambiente mais de descontração. O cantor também aparece de pé, e não mais sentado, mostrando os discos das prateleiras, interagindo com o cenário, em alguns momentos a câmera foca nos discos, em outros aparece a mão do cantor mexendo na vitrola, colocando o disco. Em algumas cenas aparece no canto a vitrola, e uma garrafa de whisky, dessa vez o Jack Daniel's Honey, que uma versão com mel, ou seja, mais adocicada do tradicional whisky.

Em meio a esse ambiente o cantor começa a falar "Talvez daqui, tenha saído toda essa ideia do novo, que é o Novo Samba Tradicional né, cara? O começo de tudo da minha cultura, da cultura hip-hop vem do vinil". Aí a cena fica em preto e branco e o cantor conta que alguns amigos pegam os discos e cheira e fala "esse é bom", mostrando um ritual e um costume de valorizar os discos antigos, assim como falamos dos cheiros dos livros de papel. A cena volta ao colorido focando na garrada de Jack Daniel's Honey, e então o cantor volta a narrar "Foi de vinis, cara, como esses do Mandrill, de todos os vinis clássicos que sai uma cultura que hoje em dia domina o mercado fonográfico e é quase como uma religião né, cara? Puts, só nessas paredes tem muitas histórias, cara. Tem muita The Roots, EPMD, Redman talvez tenha sido o MC que mais me influenciou ao flow, quase Reggae, quase Ragga, e New Jersey né, cara? " Depois ele continua mexendo nos discos, mostrando alguns, meio que brincando/desfrutando daquele lugar.

A câmera volta focando na garrafa de Jack Daniel's Honey que o cantor segura pelo gargalo e falando "Se eu for pensar por aí, cara, se nasce sambista? Eu acho que todo brasileiro nasce sambista, tá ligado? Eu acho que a gente não pode pensar, eu acho que isso é muito importante, que sambista é só quem faz samba. Porque sambista é quem vive samba também, sabe? O cara que trabalha a semana toda e vai no pagodinho dele no domingo, na roda de samba dele no domingo, é sambista também, tá ligado? Samba é muito mais do que só música né, cara? Samba é uma cultura que envolve muita coisa, de comida, de sei lá, modo de vestir, modo de andar, modo de falar, modo de pensar. O samba veio de uma maneira, o samba dos anos 80 ele cresceu e rompeu uma barreira né, cara? É, alguns são até

[6] Disponível em < https://www.instagram.com/reel/CyOm72eu6Bx/?igsh=NWJ4cjdzYWlybWJ2>, acessado em 22 de agosto de 2024

filho de grandes sambistas como o Diogo e O Arlindo, Arlindinho. Eles têm feito muito pelo samba, cara? Principalmente na caneta, sabe? Acho que escrevendo né, cara? É que a gente marca nossa história. O artista, cara, aí eu posso citar a Nina Simone, tá ligado? Ela fala que o artista ele tem que servir ao seu tempo. O que essa rapaziada do samba tá fazendo é isso, tá ligado? Conta a história do que a gente vê hoje. Porque o samba tem uma linhagem ali de pensamento sabe, cara? Que é comunitário, sabe? Que eu acho que isso é muito difícil, sabe? Porque é a coisa da roda né, cara? Todo mundo é importante naquela roda de samba, sabe? Se tira uma pessoa, a roda já muda, se entra uma pessoa, a roda já muda, sabe? Esse compartilhamento é muito importante no samba, sabe? E eu vejo isso nos meus anos de carreira assim, que eu tô tocando com alguns sambistas e como eles tem, a grande maioria, tem o prazer de ensinar, e de passar a sabedoria, o que pros próximos, tá ligado? Conforme vai ficando velho, vai ficando mais sábio, e vai passando pra próxima geração. Eu acho que essa coisa de compartilhar, essa coisa eu acho que no samba não vai se perder nunca. Se depender de mim, então. Aqui é sobre compartilhamento mesmo".

Nesse episódio é valido salientar a mudança de cenário, para uma loja/sala de discos de vinis, que tem grande valor simbólico, além da mudança na escolha do whisky, que nos outros vídeos foram o clássico e nesse aparece a versão com mel, Jack Daniel's Honey, dialogando com o discurso do novo, novas maneiras de consumo.

Análise da construção do discurso/projeto e relação com a memória (passado) /ancestralidade

Como foi exposto desde o início desse trabalho, nosso objetivo é observar a construção dos discursos do passado, com o presente para a construção do futuro, através dos vídeos que compõem a parceria entre a Jack Daniel's e o projeto do Novo Samba Tradicional de Marcelo D2 – IBORU.

O primeiro ponto a que iremos dar destaque nessa análise do discurso é para a mudança das garrafas de whisky escolhidas para cada vídeo selecionado. Sendo que nos dois primeiros vídeos, que tratam sobre a apresentação do projeto, sobre a ressignificação dos rótulos, sobre mudanças, mas também sobre o respeito pelo clássico, que tem coisa que não se mexe, como coxinha que tem que ser frango. Nesses dois vídeos, são apresentadas a garrafa clássica da marca Jack Daniel's Tennessee. Enquanto no terceiro vídeo "O velho e o novo", no qual Marcelo explica a influência do samba para as próximas gerações, para se

escrever o novo, é apresentada uma garrada de Jack Daniel's Tennessee, mas acompanhada de uma lata de Coca-Cola, e que durante o vídeo o cantor mistura com o whisky no copo, fazendo o tradicional drink "Jack and Coke". Esse drink tem forte dialogo tanto com a marca, quanto com o cenário musical, principalmente do rock, tanto que foi solicitado a mudança para o nome "Lemmy", em homenagem ao fundador da banda Motorhead e que era grande consumidor dessa mistura, conforme é apresentado por Rossi, Araujo e Oliveira (2021). E por fim, no quarto vídeo "O velho e o novo", no qual o cantor apresenta os discos de vinil, e a importância de além de, se reinventar, a necessidade de aprender com as novas gerações, conforme exposto na legenda. Nesse vídeo, é apresentada a garrada de Jack Daniel's Honey, uma versão de whisky com mel, trazendo uma docilidade a uma bebida que sempre teve a característica de ser forte.

Nessa transição das escolhas das garrafas e drinks, podemos observar um diálogo com a mensagem de ressignificação dos rótulos, há uma interdiscursividade, entra o costume do consumo de whisky, que tradicionalmente era consumida pura ou apenas com gelo, para uma versão em drink, mesmo sendo este um tradicional e até a uma versão da bebida mais doce, fugindo dos padrões tradicionais e se aproximando dos alternativos, conforme a tabela apresentada por Rossi, Araujo e Oliveira (2021). Há uma mudança, a criação do novo, mas ainda se baseando no tradicional, assim como O Novo Samba Tradicional, apresentado por Marcelo D2 e como as formações discursivas.

Há também um interdiscurso com a história da marca, Jack Daniel's e o cenário musical, já que esta tem um valor simbólico de rebeldia e está fortemente relacionado aos valores do Rock. E novamente podemos observar essa mudança do tradicional para a agregação de uma nova versão, pois agora a marca aparece em uma parceria com o rapper Marcelo D2, que também está em uma transformação/ressignificação para um projeto de samba.

Essa ressignificação, construção do novo pelo velho, a valorização dessas referências, podem ser observadas pelos trechos, construções discursivas, das músicas que foram escolhidas como intervalos nos vídeos, vamos dar destaque para algumas:

Vídeo 1: "Malandro nato, firme no papo, um verdadeiro expoente. Nego velho anda devagar, mas tá sempre na frente. Oi lá. Lá que vou buscar ensinamento".

Vídeo 2: " o meu samba vai passar, doutor. Me ensinando o que ensinou".

Nesses três trechos fica explícito a relevância e a valorização do velho como: “Lá que eu vou buscar ensinamento”, esse trecho traz a dimensão da referência ao passado, mas para a construção de algo novo, onde se busca o ensinamento. Ou na sequência, com “Me ensinando o que ensinou”, demonstrando o caráter, novamente, de ensinamento que servirá de base para a escrita do futuro.

Essas afirmações também são percebidas nas falas do cantor: “Tá ligado o arco e flecha? Quando você puxa lá atrás pra acertar lá na frente? É isso. Conectar o antigo, o novo, no agora. ” (vídeo 1); “Para mim, ressignificar é mexer com carinho e com respeito, sabe? Não é toda hora que você pode mudar, não é toda hora que você pode sacudir as coisas e mudar de lugar. ” (vídeo 2); “E a minha geração dos anos 90 tinha essa ideia de que tinha que procurar o que era o nosso som, qual era a nossa mistura. Qual era os temperos para fazer essa mistura? (...) O samba é a nossa essência. ” (vídeo 3); “Talvez daqui, tenha saído toda essa ideia do novo, que é o Novo Samba Tradicional né, cara? O começo de tudo da minha cultura, da cultura hip-hop, vem do vinil (...)de todos os vinis clássicos que sai uma cultura que hoje em dia domina o mercado fonográfico e é quase como uma religião, né, cara? Puts, só nessas paredes tem muitas histórias” (vídeo 4).

Nesses trechos fica clara a relação do passado para escrever o futuro, como o cantor mesmo nos apresente “conectar o antigo, o novo, no agora”, ou quando ele nos apresenta que a geração dele buscava o som deles, quais eram os temperos, ou seja, as referências para poderem escrever o seu próprio som. Ou como ele valoriza os vinis, expondo que eles inspiraram quem domina o mercado hoje e como eles são sinônimos de muitas histórias.

Outro ponto que achamos valido o destaque na nossa análise são os cenários e como esses, assim como as escolhas das garrafas, também vão se alterando entre os vídeos. Nos três primeiros vídeos, o cenário é composto por uma sala/escritório, trazendo um espaço mais formal, uma seriedade, que dialoga com os clássicos cenários dos consumidores de whisky, os homens de negócio. Os tons da parede também retratam isso, são cores fortes e sóbrias, ou pelos móveis, como as cadeiras sempre em tons clássicos, ou o sofá de couro. É valido ressaltar que no terceiro episódio, no qual o tema é “o velho e o novo”, o cenário ainda se mantém sóbrio, mas na parede do fundo tem um luminoso, que dialoga com um cenário mais novo e com o mercado do hip-hop. E por fim, no último vídeo, há uma mudança de cenário, uma sala/loja de discos de vinil, que dialoga não mais com esse cenário dos homens de negócio,

mas sim, com os músicos, os possíveis novos consumidores, significando uma ressignificação da marca também, se inscrevendo para o novo, expandindo seu mercado.

Assim como o discurso utiliza da memória social para novos discursos, a ressignificação de rótulos, que Marcelo D2 e Jack Daniel's apresentam, também são escritas com referência aos rótulos passado, assim como podemos observar na própria bebida, Jack Daniel's tradicional, o drink, ou até mesmo a versão com mel. Mas também na transição do rap para o samba que o cantor está propondo nesse seu novo projeto, além de buscar escrever O Novo Samba Tradicional, que busca nos sambistas clássicos a expiração para se tornar os próximos ancestrais, Ancestralidade de Futuro.

Considerações Finais

Após essas analises, podemos observar que nesses vídeos, assim como é proposto, há um incentivo em ressignificar os "rótulos", ou seja, escrever novas histórias, novos rótulos. Essa ideia traz um interdiscurso com as campanhas da marca Jack Daniel's e com o mercado de whisky, que vem cada vez mais buscando uma expansão do mercado consumidor.

Assim como nos foi apresentado nos conceitos de discursos, Brandão (2004, p.96) que "Enunciar é se situar sempre em relação a um já-dito que se constitui no outro do discurso"., o que o projeto IBORU apresenta é uma proposta de criar uma relação com o já-dito do samba para escrever o novo samba, que no futuro será considerado tradicional/ancestral, e que servirá de base para outros sambistas também.

As imagens, tanto dos cenários quanto nas escolhas das garrafas que iriam aparecer em cada vídeo, também auxiliam na construção dessa evolução do projeto e nessa ideia de ressignificação. No quarto vídeo, no qual o cenário é composto por prateleiras cheias de discos de vinis, e que Marcelo D2 nos afirma que aquelas paredes são lotadas de histórias, e que dali saiu uma cultura que hoje domina o mercado fonográfico. Podemos observar os vinis, como a nossa memória social, ambos servem de base, são os já-ditos, que auxiliam a criar os novos discursos.

Dessa forma podemos observar que tanto nos processos linguísticos, nos anúncios publicitários, como da Jack Daniel's, nas ressignificações dos rótulos, no projeto IBORU de Marcelo D2, há sempre os interdiscursos, ou seja, uma recuperação dos discursos já existentes, um diálogo entre os discursos, entre o novo e o já-dito, que se baseiam na memória.

REFERÊNCIAS

BRANDÃO, Helena H. Nagamine. Introdução à análise do discurso. Campinas, SP. Editora da Unicamp, 2004

DOS SANTOS CAMARGO, Cássio Michel. Memória discursiva e a Análise do Discurso na perspectiva pecheuxtiana e sua relação com a memória social. **Saber Humano: Revista Científica da Faculdade Antonio Meneghetti**, v. 9, n. 14, p. 167-181, 2019.

GOMES, Mayra Rodrigues. As materialidades e seus discursos. **Comunicação, Mídia e Consumo**, v. 16, n. 46, p. 271-290, 2019.

NUNES, Mônica Rebecca Ferrari. Memória do futuro como fenômeno de imprevisibilidade em Iúri Lotman. **MATRIZes**, v. 18, n. 2, p. 65-86, 2024.

PÊCHEUX, M. Análise automática do discurso. In: GADET, F. HAK, T. (Orgs.). *Por uma análise automática do discurso* – introdução à obra de Michel Pêcheux. Campinas: Unicamp. pp 61 – 161, 1990.

ROSSI, Flávio; ARAÚJO, Karina; OLIVEIRA, Tamiris. Dos Significados culturais aos modos de consumo de Whisky na atualidade. *In*: PEREZ, Clotilde; TRINDADE, Eneus. **Cultura (I)material e Rituais de Consumo.** São Paulo: ECA-USP, 2021 (162 – 190)

A autora é responsável pela fidedignidade dos dados apresentados.

DECOLONIZANDO O MTG:
Remixes virais nas redes sociais observado por lentes barberianas

Camila Cristina Lucindo Hirth[1]
Lara Lima Satler[2]

RESUMO

O MTG é um fenômeno que modifica músicas nacionais e estrangeiras, adicionando elementos do funk. Este artigo analisa, sob a ótica da decolonialidade e viralização, a distribuição da música "MTG Chihiro - Billie Eilish by DJ Mulú", comparando os clipes original e modificado, além da interação da audiência nos comentários e vídeos derivados. Como resultado, tem-se que o fenômeno surge da fusão da cultura popular e massiva, além de ser um ato de resistência brasileira.

Palavras-chave: MTG; Decolonialidade; Funk;

DECOLONIZING MTG:
Viral Remixes on Social Media through a Barberian Lens

ABSTRACT

MTG is an emerging musical phenomenon in 2024 that modifies national and international songs by adding funk elements. This article analyzes, through the lens of decoloniality and virality, the distribution of the song "MTG Chihiro - Billie Eilish by DJ Mulú," comparing the original and modified clips, as well as audience engagement in comments and derivative videos. MTG emerges as a fusion of popular and mass culture, as well as an act of Brazilian resistance.

Keywords: MTG; Decoloniality; Brazilian funk;

INTRODUÇÃO

Este artigo propõe investigar o fenômeno das músicas MTG, disponibilizadas a partir de redes sociais que anexam vídeos verticais, como o TikTok. Em um primeiro momento, se faz necessário explicar alguns termos que são utilizados no título do trabalho, tais como o próprio “MTG”, “remix viral”, “decolonização” e o que seriam as “lentes barberianas” que irão dialogar com o tema.

[1] Mestranda vinculada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Goiás (PPGCOM/UFG). E-mail: camilahirth@discente.ufg.br
[2] Professora Dra. Orientadora vinculada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Goiás (PPGCOM/UFG). E-mail: laralimasatler@ufg.br

O fenômeno MTG, sigla para a palavra “montagem”, é um aparente novo tipo de música elaborado por DJs brasileiros. Similar as músicas remix, em que um DJ se utiliza de uma música já existente para manipulá-la a partir de seu próprio estilo, no MTG os produtores também se utilizam de uma música já existente, podendo ser nacional ou estrangeira, e as modificam adicionando elementos do eletrofunk - o que os distingue de um remix tradicional. Apesar da nomenclatura ter se tornado mais popular no primeiro semestre de 2024, as músicas montagem existem desde os anos 90, Souza (2024) afirma que:

> A montagem é um tipo de funk originalmente utilizado em festas e bailes que utiliza uma sequência de músicas montadas, em uma mesma base rítmica. É muito provável que as montagens tenham surgido dos *DJ set* ou *mixset*, que é um conjunto de músicas diferentes tocado de forma contínua. Toca-se de forma contínua porque, durante a festa, não pode haver silêncio entre uma música e outra (Souza, Thiago de, on-line, 2024).

Músicas MTG, ou seja, montagens com elementos do funk, se tornaram populares novamente nos primeiros meses de 2024. A partir de redes sociais como o TikTok, produtores independentes lançaram manipulações de músicas nacionais como “MTG Quem não quer sou eu” do Seu Jorge, “MTG Menina Veneno”, “MTG Malha Funk” e de músicas estrangeiras como “MTG Chihiro” da Billie Eilish e “MTG Down Bad” da Taylor Swift. O lançamento desses *singles* acontecem em redes sociais, por isso, “as redes sociais acabam sendo fundamentais para os lançamentos no geral” (Bronze, 2024).

Ainda que essas músicas tenham sido lançadas em uma determinada rede social, rapidamente ela escoa para as demais e adentra novos canais de comunicação. Neste momento, o fenômeno MTG é notícia em portais como a CNN, G1, Metrópoles, GZH e VEJA. Além disso, está influenciando o ramo da música na medida em que o Spotify, um dos principais *streamers* de áudio, criou uma playlist oficial própria para o gênero, o “MTG 2024”, agrupando músicas para que o consumidor as encontre mais facilmente. A playlist atualmente conta com 339.881 salvamentos, ou seja, foi favoritada por mais de 300 mil contas, e 2 horas e 6 minutos de duração. Além disso, as músicas também ocupam o TOP 50 da plataforma:

> No Spotify, uma das plataformas de streaming de música mais usadas no país, tem pelo menos três faixas desse estilo entre as 15 mais tocadas. Na playlist Top 50 do Brasil, por exemplo, a música “MTG Quem Não Quer Sou Eu“, do DJ Topo, é a música mais tocada e aparece em primeiro lugar. No YouTube, o vídeo tem mais de 8,3 milhões de reproduções (...) Outros músicos de gêneros diferentes do funk também já tiveram sucessos remixados em MTG como Sidney Magal, Kid Abelha, Pitty, Rita Lee, Mart’nália, Tribalistas e Luiz Gonzaga (Bronze, *on-line*, 2024).

Quando afirma-se que um produto está viralizado, seja uma música, vídeo, *influencer*, comportamento, significa dizer que está acontecendo uma cadeia de reproduções de determinada ideia. Nesse sentido, Thompson (2018) sugere que o termo "viralizado" sugere que alguém não soube como isso aconteceu, mas cresceu o suficiente para ser notado por uma ampla maioria de pessoas:

> Será que as ideias em algum momento se tornam virais dessa forma? Por um bom tempo, ninguém tinha como saber disso com certeza. É difícil rastrear de forma precisa a agitação causada pelo boca-a-boca ou a disseminação de uma moda (como a da calça jeans skinny) ou de uma ideia (como o sufrágio universal) de pessoa para pessoa. Então, aos poucos, "aquilo tornou-se viral" virou uma forma chique de dizer: "isso cresceu rápido demais e nós não sabemos ao certo como foi que aconteceu" (Thompson, p.179, 2018).

Nesse viés, o autor sugere que substitua-se o termo viralizado para "difusão de transmissão", isso pois entende-se que, na internet, os conteúdos são impulsionados diferentemente por determinadas contas. Cada perfil tem o seu micro-poder de influência na rede que participa, mas outros têm um poder maior à medida em que sua rede também é mais extensa. Por isso:

> Quase nada realmente se torna viral, mas algumas ideias e alguns produtos são mesmo mais infecciosos do que outros. Eles são compartilhados e discutidos em taxas acima da média. No entanto, para ficarem grandes, eles precisam que a transmissão os empurre para o fluxo principal, onde as pessoas os encontrarão e compartilharão (Thompson, p.187, 2018).

O fluxo principal, de acordo com o autor, seria formado tanto pelos grandes veículos de comunicação como pelos grandes influenciadores, pois essas mídias atingem o grande público mais rapidamente do que a partir dos pequenos compartilhamentos individualizados. Para Thompson, "dizer que uma ideia "tornou-se viral" depois que ela apareceu na página de capa do The New York Times é quase tão tolo quanto dizer que um comercial "tornou-se viral" depois de aparecer no Super Bowl" (p. 186, 2018). A partir disso, é relevante pensar como o chamado "fluxo principal" é tomado pela colonialidade.

Seja na indústria cinematográfica, em que os filmes norte-americanos tomam hegemonia das salas de cinema, ou nos saberes que são predominantemente eurocentrados no Brasil, o movimento decolonial "parte do pressuposto de que o fim dos sistemas coloniais não significou superação das suas formas de dominação" (Dias, 2020). A vista disso, Dias (2020) discorre acerca dos saberes colonizados nas universidades, ao optar por autores externos e massificar conhecimentos que se distanciam dos saberes periféricos e originários

de cada local. Essa perspectiva também pode ser estendida para a cadeia cultural, isto é, em que sentido as músicas MTG também se tornam parte de uma resistência decolonial, ao agirem antropofagicamente, devorando o externo para devolvê-lo ao público com características de sons periféricos e abrasileirados? Essa se torna, por sua vez, uma contracultura? Ou o ato do externo ainda estar sendo consumido, significa que apenas foi envelopado, mas segue com seu aspecto colonizante?

Para discorrer sobre essas questões, essa pesquisa se utilizará das teorias de Jesús Martín-Barbero para explorar a distribuição de uma música MTG. Nesse sentido, o objeto de análise será a música "MTG Chihiro" - Billie Eilish (produzida pelo DJ Mulú), procurando-se entender como foi produzida, em que canais foi distribuída para atingir o fluxo principal, e como ela demonstra as mediações estabelecidas pelo autor. Para isso, tem como aporte as mediações tecnicidades e sensorialidades, formando o que se chama de "lentes barberianas" da pesquisa.

DESENVOLVIMENTO

Como metodologia específica do campo audiovisual, analisa-se a distribuição da música MTG Chihiro - Billie Eilish by DJ Mulú pela ótica da análise cultural de produtos audiovisuais, proposto por Monteiro e Azambuja (2018). Nesse viés, os autores elucidam que o audiovisual na contemporaneidade deve ser observado com a ideia de que os recursos técnicos e narrativos andam em conjunto para que o espectador crie significado (p.53, 2018). Para isso, para além da decupagem, a análise cultural de produtos audiovisuais permite

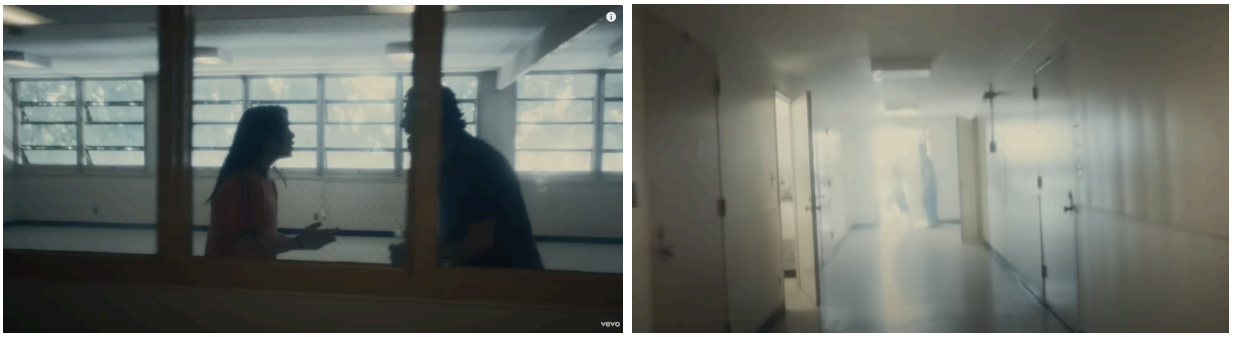
> Levar em consideração: tanto as produções em si, como os modelos de negócio; os gêneros e formatos diversos; movimentos culturais que têm influenciado a constituição da linguagem audiovisual; práticas midiáticas que fazem mediação entre a indústria e os consumidores; aspectos relacionados a disputas de poder; e possibilidades cada vez mais particularizadas de consumo e de atribuição de sentido (MONTEIRO, M.; AZAMBUJA, P. 2018, p. 55).

Com este propósito, a pesquisa recorre ao método qualitativo, analisando elementos imagéticos, narrativos e técnicos, dos materiais de divulgação de cada produto. Apesar disso, dados numéricos complementares se fizeram relevantes na comparação entre as músicas, a partir das métricas de engajamento do original e da versão modificada, tais como: visualização, comentários e curtidas. No entanto, por não ter a pretensão de evoluir o estudo para amostras estatísticas, a pesquisa não se configura como quantitativa. Os dados foram

extraídos da plataforma dos artistas no YouTube, a partir do vídeo oficial publicado pela cantora e da versão estendida pelo DJ Mulú. Em sequência, verifica-se como esses dois vídeos geraram repercussões no TikTok, a partir da coleta e análise de vídeos de uma amostra aleatória encontrada ao se pesquisar "MTG Chihiro" na plataforma.

Uma música original é lançada por um artista pop internacional e então, a partir de diversas estratégias de publicidade, atingem a grande massa. Distanciando-se da teoria hipodérmica, cada receptor reconhece, consome e se relaciona com o conteúdo de uma forma particular. No caso da música "Chihiro", ela é partícipe do álbum "*Hit Me Hard and Soft*" da cantora Billie Eilish, lançado em 17 de maio de 2024. O videoclipe oficial da música no YouTube foi lançado em 6 de junho de 2024 e conta com 27 milhões de visualizações, 942 mil curtidas e 27 mil comentários. A narrativa da música acontece diante de uma tentativa de reatar com um parceiro amoroso, com letras melancólicas, o eu-lírico implora "Abra a porta, você pode abrir a porta? / Sei que você já disse antes que não aguentava mais / Me disse que era guerra, que me mostraria o que me aguarda / Espero que não tenha certeza, você pode abrir a porta? / Você levou o meu amor embora de mim?"[3] (tradução nossa). A música é um dilema entre uma reconciliação e o não-reconhecimento da nova versão do antigo amor.

FIGURA 1 - Videoclipe "Chihiro" da Billie Eilish



Fonte: Captura de tela extraído do YouTube

O clipe[4] se passa em uma construção abandonada, em tons escuros e azulados. Na narrativa, Billie entra nas salas procurando por alguém até encontrar um homem e discutir calorosamente com ele (Figura 1). Ela tem flashes, ele some. Em sequência, se encontram no corredor e a discussão escala para mais raiva, que é demonstrado pelos gestos mais

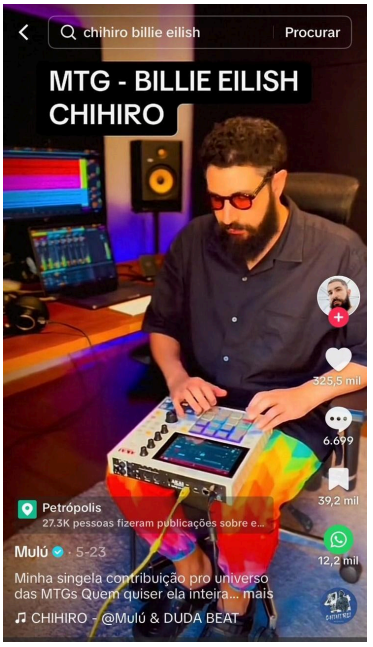
[3] No original: "Open up the door, can you open up the door? / I know you said before you can't cope with any more / You told me it was war, said you'd show me what's in store / I hope it's not for sure, can you open up the door? / Did you take my love away from me?" (Via Letras.mus)

[4] Disponível em:https://www.youtube.com/watch?v=BY_XwvKogC8 Acesso em 27 set. 2024

expressivos e a sensação de que algo violento pode acontecer a qualquer momento. Após isso, ambos saem correndo juntos até a porta de saída do prédio. No mundo externo, Billie e o parceiro estão em um dilema - uma dança coreografada no gramado lembra uma briga física, mas com a sensualidade e intimidade de quem está prestes a finalizá-la com um beijo. No final do clipe, o casal se encara, ofegante e a tela fica preta. Assim, o público não sabe se o relacionamento termina ou reacende.

Com uma melodia e uma narrativa melancólica, é curioso verificar que esta mesma música se transformou em um hit de eletrofunk pela manipulação do DJ Mulú, carioca e já consagrado no cenário musical a partir de parcerias com artistas como Diplo, Wesley Safadão, Elza Soares, Letrux e Tropkillaz. A versão do artista intitulada "MTG Chihiro" foi lançada no perfil do artista via rede social TikTok no dia 23 de maio, 6 dias após o lançamento oficial da música. O vídeo de 30 segundos atualmente detém 3 milhões de visualizações, 325 mil curtidas e 6 mil comentários. Já a versão estendida no YouTube, postada em 24 de maio, tem 2:30 segundos e 8 milhões de visualizações, 129 mil curtidas e 3 mil comentários.

FIGURA 2 - Vídeo "MTG Chihiro" by DJ Mulú



Fonte: Captura de tela extraída do TikTok[5]

Em uma análise imagética, a própria divulgação das duas versões de Chihiro se distanciam. Enquanto a da Billie Eilish se mantém coesa com a narrativa da música e

[5] Disponível em: https://www.tiktok.com/@mulubeats/video/7372301463499836678 Acesso em 27 set. 2024

utiliza-se de uma fotografia com temperatura fria, mostrando uma briga entre casal, a versão de Mulú é quente, colorida, tecnológica e solitária. O vídeo está bem saturado, o DJ, com roupas coloridas, aparece sozinho em um estúdio e o vídeo está desgarrado do enredo do eu-lírico, aparentemente, é um registro de bastidores da produção da versão MTG. Na legenda, Mulú coloca: “Minha singela contribuição pro universo das MTGs. Quem quiser ela inteira comenta “quero” que mando assim que eu terminar” - a estratégia já demonstra a tentativa de migração do canal de distribuição, deslocando os espectadores para outras plataformas.

A manipulação do DJ Mulú na música pode ser uma das reverberações do que Bamba (2013) estabelece para o papel do crítico em objetos fílmicos: “Como o cinéfilo-crítico (ou o crítico-cinéfilo) é obrigado a justificar e comunicar seu prazer, ele cria um primeiro filtro entre os filmes e sua recepção no espaço público” (Bamba, 2013, p. 58). Neste caso, esse papel se transfigura para o cenário musical, Mulú, ao criar sua versão própria da música, atua de duas formas: A primeira, enquanto receptor; A segunda, enquanto crítico que seleciona os melhores elementos, os filtra e distribui aos seus pares - os outros brasileiros.

> Pensamos esses escritos críticos como constitutivo da recepção histórica. O crítico, ele próprio um espectador, é testemunho de uma época. Não um mero leitor de seu tempo, diga-se, mas produtor de uma leitura mais acurada, atenciosa de uma obra desde já tida como objeto de análise seu (Bamba, 2013, p. 192)

Bamba (2013) explica que o papel dos críticos mudou a partir de uma cinefilia no início do século XX, para além de consumir as obras fílmicas, o público passou a venerar a opinião desses profissionais, sejam cineastas, críticos ou outros cinéfilos, como parte da experiência fílmica. Trazendo a teoria para o objeto, entende-se que o público não só apenas escuta a música da Billie, mas também o que outros musicistas e influenciadores falam e interpretam sobre ela.

> Não afirmamos aqui que a crítica de cinema, ou qualquer texto persuasivo, exerça exclusivamente um direcionamento interpretativo deixando o leitor passivo de suas habilidades. Como afirmamos, o leitor de uma crítica de cinema pode aceder, reproduzir ou recusar esta influência, o que não nega o condicionamento do texto persuasivo crítico (Bamba, 2013, p. 193).

Por outro viés, utilizar-se do TikTok como rede de lançamento da versão mixada acaba por extrair um diferencial da plataforma. Para Fischer e Palma (2018, p. 252) “seus conteúdos acabam contagiando outras plataformas, sejam elas nativamente digitais ou não”. Além disso, a rede social também é mais flexível com direitos autorais de músicas, que

constantemente são derrubadas em aplicativos similares como Instagram e o Spotify. No TikTok, a solução foi identificar a modificação “de forma cotidiana nos próprios títulos de canções, usualmente no universo pop, tal qual um qualificador para determinar que se está ouvindo uma versão com algum grau de alteração em relação ao que seria o fonograma original” (Fischer, Palma, 2018, p. 254). Neste sentido, o áudio se torna “original do criador” e não é removido.

> Hoje em dia, porém, está acontecendo uma coisa interessante. A escassez cedeu lugar à abundância. O salão de concertos é a internet, os instrumentos são baratos e qualquer um pode compor sua própria sinfonia. O futuro dos hits será democrático, caótico e desigual. Milhões competirão por atenção, uns poucos felizardos farão muito sucesso e uma minoria microscópica ficará fantasticamente rica (Thompson, 2018, p.15).

Para Thompson, para que uma música se destaque no cenário caótico da produção cultural, é necessário que ela tenha fluência. A fluência é tida como uma ordem mental que se estabelece em “essa ideia me parece familiar, essa ideia parece certa e essa ideia é boa e verdadeira” (2018, p.44). Por isso, a fluência precisa que o elemento seja novo, mas não tão novo assim: “uma ideia familiar é mais simples de ser processada e colocada no mapa mental. Quando as pessoas veem uma obra de arte que as faz lembrar de algo famoso, elas sentem a excitação do reconhecimento e atribuem essa excitação à pintura em si” (2018, p.44). O que se percebe em Chihiro é que há o inédito, presente no recém lançamento da música, e há o familiar, presente nas batidas de um ritmo brasileiro. Na lógica do autor, os dois sensores principais da fluência foram acionados, o que ocasionou o movimento seguinte.

FIGURA 3 - Reapropriação do áudio pelos usuários



Fonte: Captura de tela via TikTok

Se utilizando do áudio disponibilizado pelo DJ Mulú, os usuários da plataforma remixaram seus próprios vídeos utilizando a música alterada. Nos vídeos, as pessoas aparecem dançando passinhos de funk e publicizando a música com frases de incentivo nas legendas do vídeo como “Deus abençoe quem tá fazendo MTG das divas pop to acordando feliz” e “cara e esse mtg aqui????”. Como o Tik Tok é um aplicativo de vídeos de 60 segundos e de rápida edição, vídeos reagindo ou dançando são uma forma de aumentar a audiência para criadores de conteúdo e “pode privilegiar a presença do funk na plataforma, visto que, por meio das batidas sonoras, fica mais simples criar um conteúdo com alto potencial de viralização” (Breda, Valiati, 2022, p.19) A opinião é compartilhada pela audiência de cada usuário, que manifesta-se a partir dos comentários.

FIGURA 4 - Consumo coletivo



Fonte: Captura de tela via Tik Tok

Os usuários enaltecem a modificação brasileira na música, informando que, para eles, a versão está melhorada e que os ritmos nacionais aprimoram canções estrangeiras. Outra informação também se destaca, a de que as músicas não são encontradas facilmente. Como comentado, as modificações não são aceitas em outras plataformas como o Spotify por violar a política de direitos autorais. Esse tipo de remix também não é autorizado previamente pelos cantores, portanto, a utilização de seus vocais, melodias e elementos se torna ilegal. No caso da MTG Chihiro, o DJ Mulú conseguiu disponibilizar a música no Spotify dois meses após o lançamento, em 29/07/2024. Para isso, os vocais da música foram recriados pela cantora Duda Beat. Nos créditos, Duda Beat é associada a “artista principal” e o nome da Billie Eilish aparece como “compositora”, já o DJ está como “produtor".

Partindo do fenômeno observado, nota-se que a produção cultural do MTG está intrinsecamente ligada à tecnologia. Desde a produção musical original a posterior

distribuição e apropriação, os aparatos tecnológicos são os dispositivos que comportam o fenômeno. No entanto, eles não são o fenômeno em si. Quem os propicia são os indivíduos que encontram determinada forma cultural, a fagocitam e devolvem-lhe ao mundo com a sua perspectiva. Há de se pensar, ainda, nos recortes sociais que impulsionam a criação desses conteúdos. Para Martín-Barbero "a tecnicidade é menos assunto de aparatos que de operadores perceptivos e destrezas discursivas" (2018, p.18), isto é, a artesanalidade através da técnica, formando as linguagens que a circundam, que seria a mediação de tecnicidade.

> A necessidade da categoria tecnicidade se justifica, pois, no que ocorre hoje com a comunicação, não se dá a devida conta à noção grega de techné, que remetia à destreza, à habilidade de fazer, mas também de argumentar, de expressar, de criar e de comunicar através de formas materiais. Destreza essa que se atualiza com base nos novos modos de lidar com a linguagem (LOPES, 2018, p.20).

Compreender a tecnologia menos como aparato e mais como "uma espécie de intermediação como experiência comunicativa" (LOPES, 2018, p.21) é um dos caminhos possíveis para verificar como as aprendizagens coletivas têm acontecido no meio digital. Nesse sentido, reforça-se a ideia de que a tecnologia, no caso dos MTGs, são um caminho de mão-dupla na produção-consumo, e não um produto finalizado. Aliás, é contraditório pensar em "produto finalizado" em um fenômeno que tem como característica principal a mixagem.

> Do lado da comunicação, o que hoje necessitamos pensar é um processo no qual o que está em jogo já não é a dessublimação da arte, simulando, na figura da indústria cultural, sua reconciliação com a vida, como pensavam os frankfurtianos, senão a emergência de uma razão comunicacional, cujos dispositivos – a fragmentação que desloca e descentra, o fluxo que globaliza e comprime, a conexão que desmaterializa e hibridiza – agenciam o devir mercado da sociedade (LOPES, 2018, p.12).

O fluxo que "globaliza e comprime" que Lopes (2018) estabelece dialoga com o que Thompson afirma em "a cascata de informações se parece mais com o detonador de uma bomba, uma silenciosa cadeia de compartilhamentos solitários seguida de diversas explosões, na forma de tuítes de celebridades" (2018, p.185). Dessa forma, pode-se dizer que há catalisadores para que os MTGs tenham feito sucesso: uma música original de uma artista global, a modificação por um DJ já estabelecido, os compartilhamentos solitários e a posterior reverberação com contas maiores de criadores de conteúdo, que retroalimentam a publicização.

Nessa perspectiva, um segundo fator barberiano de relevância neste fluxo comunicacional seria a sensorialidade, ou seja "uma característica humana de compartilhar,

através da mediação de outros assuntos mais experimentados, os significados simbólicos e culturais de uma sociedade" (John, Ribeiro, Silva, 2019, p.123)[6]. A mediação de sensorialidade surge no mapa barberiano de 2017, mas os autores compreendem que Barbero a entende como fator existente desde o primeiro mapa de 1987. Assim, a sensorialidade se torna "o ato de significar o mundo a partir dos nossos sentidos" (John, Ribeiro, Silva, 2019, p.124). Para esses usuários, divulgar uma música internacional com elementos brasileiros representa algo a eles, seja o carinho pelo próprio país, o fator descolado de estar por dentro dos últimos lançamentos, ou até de fomentar uma cultura que antes era tida como periférica e tem alcançado uma grande massa. De uma forma ou de outra, o compartilhamento detém significado coletivo e individual.

> O ser interior influencia a constituição e a organização de si mesmo, considerando as relações estabelecidas entre ambos. Nesta concepção, o eu é entendido como campo de experiência e concretização, como um meio para qual a existência se efetiva e se faz consciente, além de ser considerado o órgão de contato do sujeito com seu interior na busca de adaptação para mundo (John, Ribeiro, Silva, 2019, p.122).[7]

Em uma ótica decolonial, entendida a partir da conceituação de que a independência não emancipou os países colonizados de um imperialismo cultural, é possível discorrer sobre o que seria o MTG observado pela cultura. Neste sentido, Barbero (2003) elucida que há uma dicotomia de posições ao considerarmos a cultura massiva e a cultura popular, por vezes, colocadas em contraponto:

> Continuar pensando o massivo como algo puramente exterior ao popular - como algo que só faz parasitar, fagocitar, vampirizar - só é possível, hoje, a partir de duas posições. Ou a partir da posição dos folcloristas, cuja missão é preservar o autêntico, cujo paradigma continua a ser rural e para os quais toda mudança é desagregação, isto é, deformação de uma forma voltada para sua pureza original. Ou a partir de uma concepção da dominação social que não pode pensar o que produzem as classes populares senão em termos de reação às induções da classe dominante (Barbero, 2003, p.309).

[6] No original: "La sensorialidad es un rasgo característico de la humanidad al compartir, a través de la mediación de otros sujetos más experimentados, los significados simbólicos y culturales de una sociedad" (John, Ribeiro, Silva, 2019, p.123).

[7] No original: "El ser interior influencia la constitución y la organización del self, considerando las relaciones establecidas entre ambos. En esta concepción, el self es entendido como campo de experiencia y concreción, como un medio por el cual la existencia se efectúa y se hace consciente, además de ser considerado el órgano de contacto del sujeto con su ser interior en la búsqueda de adaptación al mundo" (John, Ribeiro, Silva, 2019, p.122).

Dissecando a música, percebe-se que é uma mistura entre vocais de língua norte-americana e instrumentais brasileiros, de um ritmo tido como periférico, o funk - um ritmo escutado pelas “camadas sociais C, D e E, que acabam fomentando essa cena musical e colocando o ritmo como um movimento de luta contra o preconceito de raça, gênero e classe” (Breda, Valiati, 2022, p.12). O funk pode ser lido como parte da população, ainda, como um gênero de “música incômoda”, de acordo com Trotta (2023, p.34), essa percepção é difícil de ser quebrada pois advém não da experiência única com determinada música, mas de “ideias preconcebidas sobre certo ou errado juntamente com a homogeneização de um vasto repertório em uma classificação pejorativa”. Por isso, ainda que exista funk com diversas letras, com inúmeras motivações, é um gênero que detém boicotes comerciais - pense na última vez que escutou funk em um programa de TV aberto, ou na quantidade de músicas que ouviu com palavras trocadas das letras originais para serem transmitidas em grandes mídias.

Os MTGs não são divulgados nos meios tradicionais, tampouco permitidos por eles. Quando conseguem oficializar um lançamento, ainda que digital, precisam realizar manobras com outros artistas, como Mulú realizou com Duda Beat. Uma possibilidade existente para DJs consagrados, mas provavelmente impossível para os DJs que produzem de forma artesanal e não têm espaço de mercado. Suas obras não podem ser reconhecidas, porque são “não completamente originais”. Para esse nível de contraditoriedade, Dias (2020) conceitua a comunicação bastarda.

> O popular bastardo não é branco, não é ocidental, não é moderno (nem pós-moderno), também não é exótico, não é místico, nem irracional. Como todo bastardo, é acolhido pela mãe-cultural local, mas não reconhecido, indesejado, ilegítimo e visto como degenerado por parte de seus possíveis pais. Ao mesmo tempo carrega em si a ilustração e o mágico, o clássico e o pop, a oralidade e o midiático, o comunitário e o global (Dias, 2020, p.67).

O popular bastardo (Dias, 2020) não atinge o fluxo principal (Thompson, 2018) com a mesma velocidade das produções coloniais, para que isso aconteça, as produções precisam ser potencializadas por artistas e influencers já estabelecidos. Como traço dessa movimentação, os países colonizados têm uma mestiçagem cultural como reflexo de anos de imposição somados a uma resistência da sua própria cultura. Por isso, o MTG utiliza-se do exterior, reconhecido, credível e pop, mas lhe modifica e adiciona atributos de resistência, que reforçam o nacional, impuros, não autorizados.

> Assim, pensar o popular a partir do massivo não significa, ao menos não automaticamente, alienação e manipulação, e sim novas condições de existência e luta, um novo modo de funcionamento da hegemonia. Por isso, frente à crítica da massificação, tem-se o direito de perguntar, com A. Signorelli, se o que se rejeita é o que há nela de opressão e domínio, ou o que ela comporta de novas formas de relação social e conflitividade (Barbero, 2003, p.310)

Barbero elucida que o massivo não é o inimigo, pois há dinâmicas paralelas que comportam a resistência e a luta de quem não aceita ser apagado. Por essa ótica, a comunicação bastarda propõe "reinventar as narrativas para a subversão do *mainstream* e para dar lugar às vozes, corpos, realidades e pessoas" (2020, p.68). Talvez, a resistência decolonial não significa a rejeição completa do estrangeiro, onde a super-rejeição poderia comportar noções xenofóbicas, mas a valorização do oriundo da terra e de tudo que pode ser reconfigurado ali. Talvez a *techné* do Barbero seja vista exatamente na mistura artesanal do que é de fora, do que é dentro e em quais caminhos a nova linguagem percorre - ou, melhor, em quais ouvidos o *beat* toca.

3 CONCLUSÃO

Esse artigo se propôs a investigar o fenômeno das músicas MTG, tendo como fenômeno principal a música MTG Chihiro, uma música original da Billie Eilish e remixada pelo DJ Mulú. A partir da análise, nota-se que a produção da música remixada é um primeiro filtro na recepção (Bamba, 2013), onde Mulú seleciona os elementos mais interessantes e os disponibiliza para a sua bolha de audiência. Nesse viés, a viralização se torna fruto de uma distribuição coletiva que não é linear, formada por atos de indivíduos isolados, de influências diversas, mas que formam o fluxo principal de Thompson (2018).

A aproximação dos usuários com a música para fazer os seus vídeos dançando e os comentários de incentivo sugerem que há uma consciência e uma identificação no consumo da música modificada. Ao afirmarem que a música está melhor ou que ser brasileiro é muito bom, fica explícita a identificação com os elementos oriundos do país. Para John, Ribeiro, Silva (2019) esse sentimento está associado à mediação de sensorialidade, que explora os significados simbólicos de uma sociedade a partir do compartilhamento. Em ambos contextos, da produção ao consumo, a tecnicidade está presente. Muito além do aparato tecnológico, a destreza em reimaginar sons, estabelecer narrativas e compartilhá-las aos pares se conectam com a ideia de *techné* de Martín-Barbero (2018).

Por fim, discute-se acerca do fenômeno ser um ato colonizante ou descolonizador. A miscigenação dos elementos da música pode ser considerada como partícipe de uma comunicação bastarda, que é "extremamente assertiva porque remete à história do continente e a uma noção que, ao mesmo tempo que contempla a complexidade de ser simultaneamente múltiplo" (Dias, 2020, p.67). Como uma sociedade com histórico de pessoas de vários continentes, incluindo o norte global, é uma consequência que exista reflexos culturais nos gostos e consumos encontrados. A cultura originária de um país é atravessada por aspectos estrangeiros, ora numa tentativa explícita de apagamento, ora numa tentativa aparentemente amigável de colaboração. No entanto, o MTG demonstra que há uma movimentação para que a brasilidade não seja esquecida e tampouco vista como inferior. Essa perspectiva aparece tanto no filtro realizado por Mulú como na argumentação dos indivíduos ao se relacionarem com o conteúdo. Portanto, neste trabalho, escolhe-se compreender as músicas MTGs como uma forma de subversão ao sistema dominante, apropriando-se dos elementos globais que agradam ao público e adaptando o restante para refletir a identidade brasileira.

REFERÊNCIAS

BAMBA, Mahomed. **A recepção cinematográfica**: Teoria e estudos de casos. EDUFBA. Salvador: EDUFBA, 2013.

BREDA, L. P. ; VALIATI, V. A. D. TikTok Virou Bailão? A Disseminação do Funk na Plataforma TikTok. **Revista Comunicando**, [S. l.], v. 11, n. 2, p. e022019, 2022. DOI: 10.58050/comunicando.v11i2.294. Disponível em: https://revistacomunicando.sopcom.pt/index.php/comunicando/article/view/294. Acesso em 13 jul. 2024.

BRONZE, Giovanna. MTG: saiba o que é a tendência do funk que viraliza nas redes sociais. **CNN**. Disponível em https://www.cnnbrasil.com.br/entretenimento/mtg-saiba-o-que-e-a-tendencia-do-funk-que-viraliza-nas-redes-sociais/ Acesso em 30 jun. 2024

DIAS, Bruno Santos Nascimento. América Latina por uma epistemologia decolonial da comunicação. **Brazilian Journal of Latin American Studies**, São Paulo, Brasil, v. 19, n. 38, p. 46–74, 2020. DOI: 10.11606/issn.1676-6288.prolam.2020.170987. Disponível em: https://revistas.usp.br/prolam/article/view/170987 Acesso em 30 jul. 2024.

FISCHER, G.; PALMA, G. #Challenge MemoryUnlocked: o TikTok como dispositivo construtor de memórias audiovisuais a partir da música. **Revista Eco-Pós**, v.2 , n.1, 249-273, 2022. DOI: 10.29146/ecops.v25i1.27866

JACKS, Nilda; SCHMITZ, Daniela; WOTTRICH, Laura (Orgs.). **Un nuevo mapa para investigar la mutación cultural**: diálogo con la propuesta de Jesús Martín-Barbero
Quito: Ediciones Ciespal, 2019.

JOHN, Valquíria M.; RIBEIRO, Regiane Regina ; SILVA, Gerson Heidrich da . SENSORIALIDAD la mediación que siempre estuvo presente. In: Nilda Jacks; Daniela Schmitz; Laura Wottrich. (Org.). **Un nuevo mapa para investigar la mutación cultural**: diálogo con la propuesta de Jesús Martín-Barbero. 1ed.Quito - Equador: CIESPAL - Centro Internacional de Estudios Superiores, 2019, v. 1, p. 117-136.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. Jesús Martín-Barbero e os mapas essenciais para compreender a comunicação. **Intexto**, Porto Alegre, n. 43, p. 14–23, 2018. DOI: 10.19132/1807-8583201843.14-23. Disponível em: https://seer.ufrgs.br/index.php/intexto/article/view/81160 . Acesso em: 23 jul. 2024.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2003.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. Dos meios às mediações: 3 introduções. **MATRIZes**, São Paulo, Brasil, v. 12, n. 1, p. 9–31, 2018. DOI: 10.11606/issn.1982-8160.v12i1p9-31. Disponível em: https://www.revistas.usp.br/matrizes/article/view/145681.. Acesso em: 23 jul. 2024.

MONTEIRO, Márcio; AZAMBUJA, Patrícia. Análise cultural de produtos audiovisuais: relato de construção de protocolo teórico-metodológico. **Comunicação & Inovação**: PPGCOM/USCS, v.19, n. 41 [49-66], set-dez 2018. Disponível em: https://seer.uscs.edu.br/index.php/revista_comunicacao_inovacao/article/view/5482/2552 Acesso em: 4 nov. 2024

SOUZA, Thiago de. MTG e MPB?. 26 jun. 2024. Instagram: @canaldothiagson. Disponível em: https://www.instagram.com/reel/C8rYeRegBgW/?igsh=MXUwMmM4OWJyOWV1aA== Acesso em 30 jul. 2024

THOMPSON, Derek. **Hitmakers** - Como nascem as tendências. 1. ed. – Rio de Janeiro: Harper Collins, 2018.

TROTTA, Felipe da Costa. Gosto musical, moral e incômodos**. MATRIZes**, São Paulo, Brasil, v. 17, n. 2, p. 25–48, 2023. DOI: 10.11606/issn.1982-8160.v17i2p25-48. Disponível em: https://www.revistas.usp.br/matrizes/article/view/206082 Acesso em: 4 nov. 2024.

Os autores são responsáveis pela fidedignidade dos dados apresentados.

AFROFUTURISMO E DECOLONIALIDADE EM *MOOD 4 EVA* DE BEYONCÉ: UMA ANÁLISE DAS VISUALIDADES E DISCURSIVIDADES

Ezecquiel Victor Nonato Da Silva[1]
Aliana Barbosa Aires[2]

RESUMO

Este estudo analisa uma cena e figurinos do videoclipe *Mood 4 Eva* de Beyoncé, utilizando a análise de discurso francesa e explorando afrofuturismo e decolonialidade. A pesquisa qualitativa investiga como as memórias da cultura negra são abordadas, por meio de intericonicidade e formação discursiva. A metodologia inclui análise fílmica e de figurino, buscando compreender como o videoclipe desconstrói ideologias raciais e discute questões sociais da comunidade negra.

Palavras-chave: Afrofuturismo; Decolonialidade; Discurso; Moda e *Mood 4 Eva*.

AFROFUTURISM AND DECOLONIALITY IN MOOD 4 EVA BY BEYONCÉ: AN ANALYSIS OF VISUALITIES AND DISCURSIVITIES

ABSTRACT

This study analyzes a scene and costumes from Beyoncé's Mood 4 Eva music video, using French discourse analysis while exploring afrofuturism and decoloniality. The qualitative research investigates how Black cultural memories are addressed through intericonicity and discursive formation. The methodology includes film and costume analysis, aiming to understand how the video deconstructs racial ideologies and discusses social issues within the Black community.

Keywords: *Afrofuturism; Decoloniality; Discourse; Fashion; Mood 4 Eva.*

INTRODUÇÃO

Na contemporaneidade, as diversas plataformas de comunicação geram discursos que se entrelaçam, reconectam e atribuem novos significados ao imaginário social. A interseção entre moda e cinema possui o poder de produzir símbolos que influenciam o pensamento do indivíduo contemporâneo, além de tecer críticas às diversas formas de opressão. Nesse cenário, obras audiovisuais ganham força e impacto ao provocar desdobramentos e romper padrões de costumes coloniais ainda presentes na sociedade. Tendo isso em vista, o *Black is*

[1] Graduando em Design de Moda e Estilismo pela Universidade Federal do Piauí – UFPI. ezecquielvictor@gmail.com.
[2] Doutora em Comunicação e Práticas de Consumo pelo PPGCOM – ESPM. Professora efetiva na UFPI. alianaires@gmail.com.

King (2020) emerge como um agente transformador na comunidade, destacando-se sua contribuição por seu papel na quebra de paradigmas.

O *Black is King* é um filme e álbum visual lançado em 2020, sob a direção, roteiro e produção de Beyoncé Giselle Knowles-Carter, amplamente conhecida como Beyoncé. Disponibilizado globalmente através da plataforma de *streaming Disney+*, o projeto atua como um complemento ao *remake* do filme O Rei Leão (2019). De acordo com Beyoncé (2020), a obra é concebida como uma carta de amor à África, adotando uma perspectiva decolonial que materializa memórias e convida os espectadores a vivenciar um universo repleto de potência, imersos em uma experiência sensorial de cura, afeto e ancestralidade. A narrativa antropológica tece críticas fundamentadas no conceito de epistemicídio, visando desafiar e desmantelar a visão hegemônica de uma história única.

Este estudo destaca a obra por incorporar aspectos dos conceitos de afrofuturismo e decolonialidade em seu contexto geral, abrangendo figurinos, cenas e músicas. Segundo Assante (2009), a afrocentricidade é um modo de pensamento e ação em que a centralidade dos interesses, valores e perspectivas africanas predomina. Teoricamente, trata-se da colocação do povo africano no centro de qualquer análise de fenômenos africanos. Portanto, essas temáticas, quando combinadas com um veículo de comunicação de grande alcance, como o álbum visual e a moda, geram discursos que ressaltam a comunidade negra no passado, presente e futuro.

Portanto, esta pesquisa busca como objetivo geral analisar uma cena selecionada e os figurinos presente nela que compõem a narrativa do videoclipe *Mood 4 Eva*, parte do filme *Black is King* da cantora Beyoncé, baseado na análise de discurso de linha francesa e nas temáticas de afrofuturismo e decolonialidade.

Para isso, estudou-se a AD de linha francesa e como pode ser usada para ler narrativas fílmicas e figurinos presentes nas mesmas; com a noção de que toda imagem carrega uma mensagem na qual em algum momento já foi reproduzida e está sendo revisitada a partir de um novo discurso, colocando em pauta o conceito de interdiscurso (Pêcheux, 1997); formação discursiva (Foucault, 2009) e intericonicidade (Courtine, 2003). Além disso, buscou-se investigar as formações discursivas associadas a memória da comunidade negra, considerando os conceitos de afrofuturismo e decolonialidade. Por fim, analisou-se como o videoclipe *Mood 4 Eva* desconstrói as formações discursivas e ideologias

de hegemonia racial instaurada no imaginário coletivo social proveniente do colonialismo e colonialidade presente na modernidade.

Assim, a exploração e estudo das diversas funções que os discursos sobre moda presentes em produções audiovisuais podem desempenhar para além do entretenimento, enquanto campos discursivos, tem a capacidade de produzir significados e influenciar o imaginário da sociedade.

ANÁLISE DE DISCURSO

No pensamento de Brandão (2012), o discurso é todo modo de comunicação entre interlocutores onde se produzem sentidos pela interação entre os falantes, situados em um dado tempo e em uma dada cultura, de onde aparecem os discursos.

A análise de discurso de linha francesa surge, assim, em meados de 1960, quando as bases do estruturalismo estavam mais sólidas do que nunca nos estudos sobre a linguagem, em um contexto em que as esferas sociopolíticas sofriam um momento de revolução, atingidas pela insatisfação popular, greves gerais e rebeliões que atingiam todos âmbitos, desde sociais e econômicos, ultrapassando pelas condições culturais, étnicas e etárias. Desse modo, Michel Pêcheux aparece para buscar propósitos na teoria do discurso tendo como base o materialismo histórico, linha de pesquisa na qual tinha como base uma teoria das formações sociais e de suas transformações, envolvendo uma teoria da ideologia (Amaral, Zoppin-Fontana, 2015).

Nessa concepção, Pêcheux procurou elementos para desenvolver uma teoria e um dispositivo para a AD, deslocando deste modo a abordagem saussuriana da estrutura linguística, reduzindo as fronteiras entre a linguagem e as ciências sociais e humanas, pela busca de uma ligação da linguagem com a história, a ideologia, as subjetividades e os aparelhos de poder.

A AD entende o discurso como um dispositivo de sentidos onde a linguagem materializa ideologias com a função de explicitar os mecanismos da determinação histórica dos processos de significação, considerando a linguagem como uma dimensão extralinguística indo para além da língua e embarcando a fala, a história, os sujeitos, a ideologia, o contexto de enunciação. Ferreira (2003) sustenta que a análise de discurso não objetifica a língua, pois a vê como materialidade, da opacidade e possibilidade, levando em consideração os resquícios da historicidade presentes na língua. Assim sendo, a AD busca a

relação da linguagem e da estrutura com a exterioridade e o contexto, tudo no que lhe toca a produção dos sentidos do discurso, isso significa a fala, o sujeito, o ouvinte, o contexto da enunciação, e o contexto social histórico que engloba o lugar social dos sujeitos, representado pelas formações imaginárias.

A revolução nos estudos linguísticos durante os anos 1960 abriu caminho para abordagens que consideram os elementos contextuais e uma concepção dos discursos linguísticos que reconhece que cada enunciado surge em resposta a outros, formando assim um interdiscurso que molda os sentidos produzidos. Essas concepções discursivas da linguagem, inicialmente aplicadas à análise de textos verbais, rapidamente se expandiram para abranger todas as formas de linguagem, exercendo um profundo impacto no âmbito das linguagens visuais e audiovisuais numa perspectiva semiótica. Em particular, neste estudo, é esse aspecto que nos intriga na Análise do Discurso, pois ele engloba os campos da moda e do cinema.

Formações discursivas de Foucault

Na perspectiva de Foucault (2009), quando fazemos um estudo de "discurso" precisamos recusar todas as explicações homogêneas, as interpretações que se caracterizam fáceis e a busca pelo último sentido ou que está oculto no objeto prático. Como sustenta Foucault (2009), a AD traz como problema o simples ato de se conceder significados às palavras, imagens ou símbolos, tendo como base a sua forma de estruturação e a relação referencial com o mundo.

Nessa visão, Foucault (2009) explica que o discurso deve ser visto para além da representação da realidade, e que não deve ser vista como correspondência entre palavras e coisas. A relação linguagem e experiência é complexa, e é rotulada por um conjunto de regras e práticas discursivas. Portanto, ao analisar os discursos compreende-se que a modelagem entre a realidade e as palavras são mais fluídas do que aparenta, e as mesmas estruturas discursivas influenciam na construção da realidade social e do conhecimento.

Segundo Foucault, os discursos são carregados pelo desejo e poder, baseados naquilo porque se luta. Tendo em vista, que os discursos sofrem repreensão pelo controle e exclusão pela vontade da verdade (Foucault, 1999). Desta forma, a vontade da verdade, definida por Foucault se apresenta na atribuição do discurso, esse que representa os sentidos de poder

nos âmbitos sociais através da exclusão de demais formas de discurso, com propriedade da utilização dos suportes institucionais para encobrir suas intenções.

Assim sendo, Foucault (2007) distingue os discursos em dois tipos: o primeiro, aquele que surge e logo desaparece no dia-a-dia, sem que sua marca seja fixada. Logo, o que caracteriza o segundo, é o seu poder de influenciar e gerar novos atos discursivos, mesmo após ser formado, pois é revisitado, mudado ou tem como referência ao decorrer do tempo. Consequentemente, esses discursos tendem a permanecer presentes e sendo constantemente retomados, e podem abrir espaços para novas formas de discursos e interpretações. O desnível do primeiro texto para o segundo deste se dá no discurso, como segundo texto, que transmite a mensagem do primeiro numa reafirmação, mesmo que seja em uma abordagem diferente. (Foucault, 2007). "O novo não está no que é dito, mas no acontecimento à sua volta" (Foucault, 2007, p. 26).

A AD na abordagem foucaultiana leva em consideração a história e seus elementos, em um dado âmbito do conhecimento, que constantemente se desloca e trocam de sentido dependendo do contexto histórico que está inserido, em vista disso, atribui-se uma importância nos discursos e formações enunciativas com base na história. Nesse cenário, o objeto de estudo desta pesquisa destrincha os signos presentes em *Mood 4 Eva* na contemporaneidade, tendo em vista, que um discurso pode apresentar várias mensagens, e que pode ser lido por cada receptor em determinado espaço-tempo, gerando assim uma quebra dos signos anteriores, neste caso a decolonialidade e o afrofuturismo agem para as ressignificações dessas formações discursivas. No passado, presente e futuro.

Intericonicidade: a prática discursiva das imagens sob a perspectiva da memória

Diante da pesquisa de Courtine (2013) sobre a relação da imagem com a memória discursiva, o autor ressalta que os discursos apresentam um ligamento em relação a uma memória, sendo assim vinculados em uma cultura-visual, que o sujeito sempre irá resgatar pelo interdiscurso (Pêcheux, 1997). Portanto, as imagens e discursos são formados por "sempre um dito", inscrito no imaginário ou real.

Em concordância com o pensamento de Milanez (2015), a memória discursiva está entrelaçada no conceito de paráfrase dos enunciados sobre a história, tendo como base a abordagem de Foucault. O primeiro conceito é deslocado para o segundo, esta é a fórmula da intericonicidade. Assim sendo, Courtine (2013), ressalta que as imagens são vinculadas a

uma complexa teia de memórias, individuais ou coletivas, em decorrência se apresentam como uma rede de sentidos que se sobrepõem e se entrelaçam.

Nesse contexto, para se compreender a função da memória no contexto imagético do discurso, é necessário adotar uma abordagem baseada na intericonicidade. Nesse sentido, é crucial considerar as posições enquanto analistas, sujeitos da história ou produtores de imagens dentro do amplo entrelaçamento de imagens que os envolve. Cabe investigar os meios pelos quais essas imagens e seus discursos se manifestam em diferentes tempos e espaços, levando em conta os contextos sócios-histórico-culturais. Por exemplo, uma obra audiovisual está intrinsecamente relacionada a uma totalidade de símbolos que são capazes de ser reinterpretados se baseados nos aspectos históricos e culturais vigentes, possibilitando uma análise mais aprofundada dos significados atribuídos às imagens.

A recordação verbalizada das representações visuais se manifesta nos discursos de fundação iconográfica que formam a rede mnemônica, a qual, por sua parte, é continuamente ampliada e renovada, desencadeando uma percepção de contemporaneidade e novos modelos de expressão e os significados que elas evocam. Como uma área da memória, a elaboração de discursos nas representações visuais movimenta o já mencionado em um processo incessante de atualização. A ressurgência de outras imagens e dos conhecimentos que elas revisitam pode, assim, permitir a compreensão do processo de produção discursiva dos conteúdos visuais.

AFROFUTURISMO: NOVAS PERSPECTIVAS PARA UM POVO

O afrofuturismo é uma linha de pensamento amplo que envolve aspectos estéticos, culturais, políticos, filosóficos e educacionais e abrange uma variedade de nações. Seu objetivo é tanto pensar sobre a existência quanto projetar novos modos de existir para a comunidade negra em vários âmbitos sociais. Segundo o estudo de Sousa e Assis (2019), são destacadas duas necessidades específicas: autoconhecimento, que inclui a compreensão de si dentro do contexto global, e a compreensão da própria história. A segunda é a busca pela preservação das comunidades negras, enquanto enfrentam obstáculos como o genocídio, o encarceramento em massa e a constante ameaça do epistemicídio.

O termo afrofuturismo surgiu na década de 1990, dentro do campo da ficção científica por um ensaio com autoria de Mark Dery (1994), em sua pesquisa a pergunta inicial norteadora da pesquisa sobre afrofuturismo era: “onde estavam os escritores e escritoras

negras de obras literárias de ficção científicas importantes em um período que o gênero era um marco?". Depois de realizar entrevistas e estudar trabalhos de autores afro-americanos, como Samuel R; Charles Saunders e Octavia E. Delany. Butler retornaram uma parte da resposta para sua indagação ao se afastar da literatura escrita para outras formas de narrativa negra: música, cinema e artes visuais. Assim, classificam este trabalho como uma obra especulativa de ficção que discute questões afro-americanas no cenário da tecnocultura do século XX.

Nessa perspectiva, para Kabral (2018) o afrofuturismo representa uma nova forma de narrativa vital para os indivíduos negros, pois as narrativas tradicionais de ficção científica não as representam nobres, refletindo uma perspectiva eurocêntrica que não leva à compreensão de suas experiências ou imaginários. Essas narrativas tendem a manter uma compreensão limitada da diversidade cultural, promovendo a assimilação cultural, assim ao invés de elogiar a verdade e as contribuições das comunidades negras futuramente, elas promovem a assimilação cultural.

A capacidade do movimento afrofuturista da utilização da ficção científica e a tecnologia para projetar futuros imagináveis, que na maioria das vezes são considerados utópicos para as pessoas negras, é o que a torna notável. Neste cenário, ela emprega tecnologia e componentes da cultura popular como meios de resistência à política e critica as situações presentes da comunidade negra globalmente.

O afrofuturismo tem um grande impacto na comunidade negra, abordando essas questões de modo subjetivo. Isso se reflete em características como representatividade, protagonismo e empoderamento, enfatizando principalmente o papel importante que os negros desempenham como agentes transformadores, em contraste com o papel de coadjuvantes.

Segundo pressupõe Sousa e Assis (2019), obter novas possibilidades para os negros na diáspora e na África é uma tarefa crucial para garantir que o legado do movimento negro continue sendo científico, político, histórico, filosófico e tecnológico. Ao discutir o afrofuturismo e sua conexão com a cultura de massa atual, é essencial mencionar o filme "Pantera Negra" (2018), produzido pela *Marvel Entertainment*, que serviu como um importante alicerce para a concepção do afrofuturismo. O longa-metragem da *Marvel* capta a essência do afrofuturismo ao investigar um universo onde a cultura e as vivências negras

não são determinadas por fatores históricos, e onde os indivíduos negros não só existem, mas também prosperam no futuro.

O videoclipe *Mood 4 Eva*, que compõe o filme *Black is King* (2020), reflete a concepção da comunidade negra apresentada em "Pantera Negra" (2018). O videoclipe também aborda questões pertinentes. Este último, protagonizado por uma figura negra, tece uma narrativa que destaca personagens negros e suas histórias, enfatizando o poder transformador de cada pessoa dentro dessa narrativa. Ademais, o videoclipe resgata a história da comunidade africana antes da colonização, o que está em equivalência com as visões de Kabral (2018) sobre as obras afrofuturistas. O videoclipe discute a relevância das gerações afrodescendentes no presente, passado e futuro, projetando o futuro da comunidade negra, conforme proposto por Dery (1994), Kabral (2018) e Sousa e Assis (2019). Este é um elemento da obra que se alinha ao conceito de afrofuturismo.

DECOLONIALIDADE: O GIRO DECOLONIAL

Com o crescimento da comunidade negra e sua influência em diversos segmentos sociais, as discussões sobre os problemas que afligem essa comunidade ganham cada vez mais relevância atualmente. Conforme Grosfoguel e Costa (2016) as pesquisas sobre categorias de teoria racial são uma área de estudo relativamente nova, especialmente as que se baseiam em perspectivas negras e decoloniais, o que indica um aumento no interesse acadêmico por essas questões.

Considerando esse cenário, é importante destacar a decolonialidade ou o pensamento decolonial, um conceito frequentemente empregado em discussões contemporâneas para questionar práticas coloniais que continuam a existir na atualidade. Para entender o pensamento decolonial, é necessário revisitar um período crucial da história global: a colonização conduzida por países europeus. O colonialismo europeu, ocorrido no final do século XIX e início do século XX, visava obter benefícios econômicos através da expansão do capitalismo, com a intenção de criar novos mercados para matéria-prima e consumidores (Andrade, Reis, 2018). Nessa perspectiva, Mignolo (2010) sustenta que o termo "colonialismo" diz respeito ao processo e ao sistema utilizado para dominar e explorar o trabalho e a riqueza das pessoas colonizadas.

Através dessa interação fomentada pelas colonizações, os povos colonizados assimilam padrões culturais, como o aprendizado do idioma europeu e a compreensão da

ideologia da supremacia branca. Grosfoguel e Costa (2016) destacam que essa assimilação cultural ocorreu de forma mais intensa nas comunidades subjugadas, uma vez que o grupo colonizador teve uma posição dominante nessa relação. De acordo com Quijano (1999), o controle sobre uma população por motivos políticos e econômicos pode ter uma identidade diferente e não estar necessariamente relacionado a relações racistas de poder.

Com base nos estudos dos escritores Grosfoguel e Costa (2016), podemos questionar, mesmo que de forma mínima, a razão pela qual tais comportamentos e conceitos coloniais persistem na atualidade. Portanto, se a lógica de inferioridade étnica sugerida pelos imperialistas foi firmemente incutida na consciência dos subjugados, deduz-se que estes também passaram a aceitar e propagar essa perspectiva. A colonização deu origem a alterações no imaginário social, na estrutura da comunicação, na cultura e, também, na maneira de pensar das populações subjugadas a ela.

Conforme os pesquisadores Carvalho e Rosevics (2017), essa concepção pode ser observada nas pesquisas desenvolvidas pelos teóricos de pensamento decolonialistas, os estudiosos latino-americanos que se reuniram e criaram o grupo Modernidade/Colonialidade (M/C) no final da década de 1990. A linha de pensamento decolonial, por sua vez, acontece pelo "giro decolonial", ou seja, é o ato de abrir o pensamento. Mignolo (2017) enfatiza que a liberação das restrições mentais visa explorar outras formas de existência além das que foram naturalizadas pela ilusão da modernidade e seu aspecto mais obscuro, a colonialidade. Isso pode ser feito no âmbito do poder (a matriz colonial do poder, que é capitalista) ou em suas manifestações derivadas, como conhecimento, identidade e relação com o exterior.

Em um nível individual, a postura decolonial é correspondida pelo "grito de surpresa", que é uma resposta do indivíduo à angústia causada pela colonialidade. Essa postura busca mudar as diferentes manifestações da colonialidade do saber e do ser. Como resultado, Mignolo (2017) afirma que a ausência de uma atitude decolonial impede que uma descolonização transforme o mundo, pois a primeira mudança ocorre no sujeito, manifestada pelo "grito de surpresa". No entendimento de Mignolo (2017), questionar a colonialidade é essencial para o a perspectiva decolonial, e repensar sobre a colonialidade é uma derivação dessa forma de pensamento.

Temos como máxima o sociólogo Quijano (1999), que explora esse conceito numa nova perspectiva entendendo a "colonialidade do poder" sendo o domínio sobre a economia

e a política como componentes essenciais do padrão mundial de poder capitalista, observando que esse padrão indica que as nações centrais dominam as nações periféricas em termos econômicos e políticos.

Em outras palavras, a colonialidade continua existindo mesmo após o fim do colonialismo e a independência das colônias na América Latina, Ásia e África. Isso dá ao processo de decolonização um significado mais amplo e complexo. Na visão de Mignolo (2017), seja por meio de mecanismos diretos de controle, soberania ou assentamentos.

A colonialidade atua não apenas de fora para dentro, mas também dentro dos colonizados, reforçando ainda mais a condição imposta de não ser. Os colonizados internalizam essas ideias, legitimando as diferenças sociais, culturais e epistêmicas. A ideia de raça como uma forma de dominar os grupos colonizados surgiu a partir dessas diferenças. Assim, a decolonialidade tem como propósito analisar essa face oculta da modernidade, aqui entendida como a colonialidade, visando descolonizar o poder, o saber e o ser (Chamecki, 2010).

No entendimento de Chamecki (2010), a mentalidade colonial subjacente à narrativa da modernidade resulta na marginalização, humilhação, esquecimento e desrespeito de muitas pessoas. Deste modo, a colonialidade do saber significa que as perspectivas são limitadas a uma episteme, filosofia ou ciência que são consideradas universais. Isso equivale ao controle do conhecimento e da subjetividade, o que restringe a autonomia intelectual e a variedade de perspectivas. A colonialidade do ser resulta do cruzamento do saber e poder, e dessa maneira, vai ser o modo em que o colonizado irá manifestar sua subjetividade na experiência de viver. Para Mignolo (2010), a colonialidade do ser é mais do que apenas o controle da subjetividade; ela também controla os papéis de sexualidade e gênero, tornando-se assim um controle ontológico.

Considerando este contexto, é importante mencionar o videoclipe de Beyoncé, *Mood 4 Eva* (2021), que se destaca como um trabalho que apoia ideias decoloniais. O videoclipe desafia a percepção colonial do corpo negro e das culturas africanas, apresentando elementos que ecoam os princípios da decolonialidade. Desse modo, ele se destaca na comunidade negra, representando seus membros como pertencentes à realeza e defendendo seu direito à admiração e respeito. *Mood 4 Eva* transcende as telas como um produto decolonial, inspirando mudanças na vida de seus espectadores ao mudar como eles percebem e integram seus posicionamentos no cotidiano.

METODOLOGIA

A pesquisa realizada partiu de uma abordagem qualitativa, com a proposta de analisar uma cena e os figurinos presentes nela do videoclipe *Mood 4 Eva* e desvelar os discursos presentes com base no afrofuturismo e decolonialidade. É importante ressaltar que, de acordo com Triviños (1987), o pesquisador que usa a abordagem qualitativa tem total autonomia teórico-metodológica no desenvolvimento de suas pesquisas.

Na perspectiva de Gil (2010), em muitas situações, não há outra maneira de conhecer os fatos passados se não com base em dados bibliográficos, neste contexto, foi realizada uma pesquisa bibliográfica em diversas fontes do saber, abrangendo livros, artigos e estudos sobre figurino, afrofuturismo, decolonialidade e análise de discurso.

Na visão de Aumont e Marie (2004) uma análise icônica envolve entender as imagens em suas diversas dimensões, considerando tanto os componentes visuais quanto os contextos culturais e narrativos que estão envolvidos. Esta metodologia tem como objetivo desvendar as várias camadas de interpretação que uma imagem pode apresentar. Para tanto, convém ressaltar que irei adotar uma análise do tipo icônica, para discutir os discursos que se apresentam na visualidade de *Mood 4 Eva*, dialogando com os conceitos de afrofuturismo e decolonialidade.

Para descobrir como o figurino, um dos elementos formais e simbólicos do cinema, foi incorporado ao videoclipe, realizei uma análise focada na imagem. A fim de discutir os discursos da visualidade em *Mood 4 Eva*, utilizaram-se os conceitos de memória discursiva, formação discursiva e intericonicidade da AD francesa para estabelecer conexões. Portanto, pretende-se examinar o figurino do videoclipe considerando as formas de ornamentação externa propostas por Flugel (1966) em "A psicologia das roupas", ao mesmo tempo, em que são trazidos elementos do contexto social, cultural, político e estético de forma breve. Portanto, mais do que desvendar significados ocultos, busca-se "ver mais" com uma consciência do "ver como", permitindo uma abordagem cultural da imagem.

Para isso, utilizarei o método de fotograma de Penafria (2009), de modo que a análise deverá ser realizada a partir de objetivos bem estabelecidos para que esta permita localizar ou confirmar pressupostos levantados pelo analista. Os critérios para selecionar o videoclipe e cena foram os conceitos de afrofuturismo e decolonialidade, que emergem em sua narrativa visual e discursiva. Esses tópicos surgem através de uma estética que conecta a ancestralidade e realeza africana, desafiando estereótipos e resgatando uma perspectiva de

resistência da cultura africana. As imagens de riqueza, luxo e uma África futurista simbolizam o esforço de reimaginar o futuro da comunidade negra e desconstruir as narrativas coloniais que marginalizaram essa história e identidade. Ao explorar esses conceitos, o videoclipe torna-se um instrumento eficaz para abordar questões sociais, como racismo e apagamento cultural.

Dessa forma, procederá à análise da cena do videoclipe, trazendo recortes específicos, juntamente com os figurinos selecionados dela. A análise da cena será dividida em duas partes: na primeira, o figurino será analisado segundo a abordagem de Flugel (1961); na segunda, serão desvelados os discursos inerentes à cena sobre a perspectiva da AD francesa.

Além disso, por ser uma análise visual, foi realizada uma pesquisa documental, que segundo Pádua (1997), inclui documentos que podem não estar na forma textual, utilizando recursos audiovisuais e fotográficos como fontes, é o caso do videoclipe da cantora Beyoncé escolhido para esta análise.

ENTRADA: TODOS SAÚDAM A RAINHA

Os primeiros planos de *Mood 4 Eva* (2021) delineiam a representação de uma criança, simbolizada por Simbá, personagem de O Rei Leão (2019), obra na qual o videoclipe é inspirado. Simbá tenta evadir-se de suas responsabilidades e preocupações ao refugiar-se em um mundo de sonhos, situando assim a narrativa em um plano onírico. É importante destacar que o videoclipe retoma o momento da história original de O Rei Leão (2019), conhecida como "Hakuna Matata". Beyoncé e Simbá são retratados utilizando máscaras de dormir com a inscrição "*mood*" (Fig. 1), fazendo alusão ao título da música/videoclipe, que em inglês significa “humor”, um modo de ser e viver, que expressa o desejo de se concentrar apenas nos prazeres da existência e fechar os olhos para os desafios.

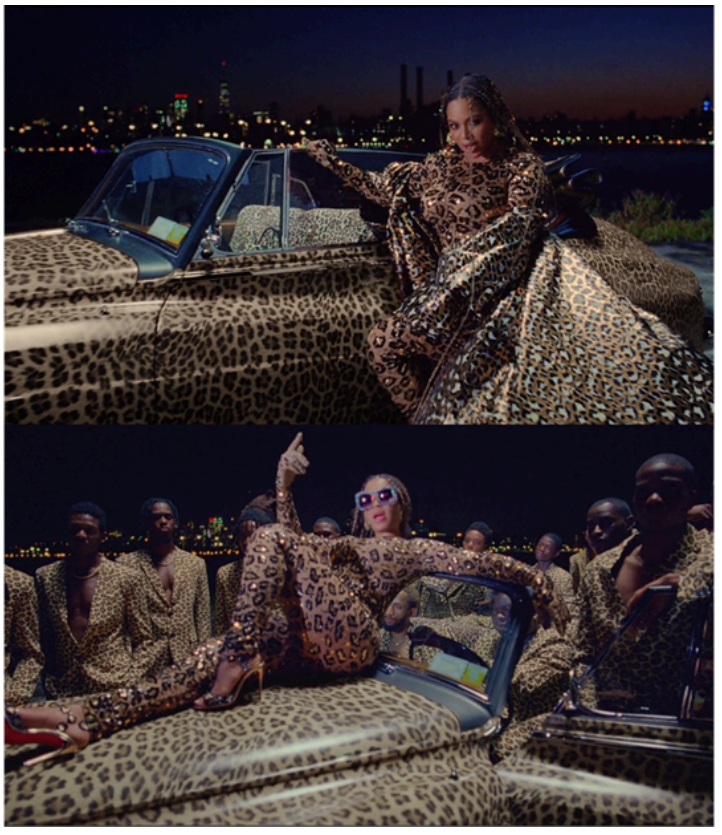
Figura 1 - Simbá com máscara de dormir "*Mood*".



Fonte: *Walt Disney Pictures e Parkwood Entertainment.*

Assim, Beyoncé surge representando a figura da rainha Mãe África nesta cena. Ela veste um macacão ajustado ao corpo com estampa de leopardo e pedras preciosas bordadas e por cima sobrepõe uma capa extravagante e volumosa, com mangas bufantes e a mesma padronagem (Fig.2), transmitindo uma aura de poder que caracteriza a realeza. Usa óculos quadrados de grandes dimensões e cravejados em diamantes, ao mesmo modo, seus cabelos são trançados em um estilo de *box brainds*, uma referência às tradições culturais negras.

Figura 2 - Beyoncé posando no carro.



Fonte: *Walt Disney Pictures e Parkwood Entertainment.*

Considerando os estudos de Flugel sobre as formas de ornamentação, particularmente as externas, o autor considera como:

> O atavio corporal consiste propriamente em moldar ou manipular o próprio corpo; o externo, em adicionar ao corpo roupas ou outros objetos ornamentais. A ornamentação corporal não nos concerne estritamente aqui; contudo, uma breve consideração ao seu respeito pode não ser inadequada, pois: 1) os motivos que sugerem esta forma de enfeite são muito semelhantes àqueles ligados com o próprio uso das roupas; 2) as duas formas de ornamentação podem ter, em alguns casos, uma certa interdependência. Assim, os brincos ou argolas no nariz envolve uma multidão correspondente das partes do corpo e muitas formas de roupas europeias dependeram, para seu efeito de certa construção (i. é., deformação) da cintura (Flugel, 1966, p. 33).

Observa-se que as vestimentas de Beyoncé (Fig. 2), são marcadas por elementos verticais. Na visão de Flugel (1966) a forma de ornamentação externa vertical tende a aumentar a altura aparente, o que é possível por meio do uso de roupas ou ornamentos que caem soltos sobre o corpo, como colares, longos brincos pendentes, saias, sapatos de salto, além de altos tocados, como o uso de chapéus e outros adereços de cabeça, como a cartola. O macacão justo ao corpo cria uma silhueta esbelta e amplia sua estatura, enquanto o cabelo caído verticalmente reforça essa visualidade. A estampa de leopardo, com seus detalhes em pedrarias, concentra-se na forma de ornamentação externa sartória, que segundo Flugel (1966) em “A psicologia das roupas”, trata-se do embelezamento de trajes pré-existentes visando destacá-los e torná-los mais luxuosos, através de várias técnicas, como bordados e pedrarias. Assim, o objetivo da escolha da padronagem e da aplicação de pedrarias é transmitir a imagem de realeza a Beyoncé, elevando-a a um símbolo significativo para os povos de matrizes africanas, sendo adornada para transmitir uma visão glamourizada.

O leopardo, além de sua beleza, simboliza força, intensidade, resistência e persistência, evocando respeito. A sobreposição da capa junto às mangas bufantes cria uma sensação de amplitude, como se preenchesse o espaço. Flugel (1966) observa esse efeito na forma de ornamentação externa dimensional, pois tende a aumentar o tamanho aparente por meio da utilização de saias com volume, cauda e enchimento, evocando a iminência de uma figura de poder, reminiscente de uma verdadeira rainha. Vale destacar que ao longo da história, culturalmente, as capas eram usadas em cerimônias religiosas e eventos oficiais da realeza, sendo parte integral do traje real, conferindo-lhes destaque e solenidade. Além

disso, serviam para identificação e distinção dos membros da realeza, estabelecendo uma conexão com o divino e reforçando o senso de pertencimento ao portado da nobreza.

4.1. Discurso: todos saúdam a realeza ancestral

A partir dessa perspectiva, o videoclipe exalta a comunidade negra e seus costumes de uma maneira que se conecta com seu passado não colonizado. Beyoncé e outros membros da comunidade aparecem vestidos de leopardo dos pés à cabeça (Fig.3), uma escolha deliberada que mostra respeito e compreensão da cultura africana. Xongani (2021) explica que as estampas de leopardo e onça representam posições de autoridade e prestígio na vestimenta tradicional africana, desde que as peles desses animais são consideradas raridades e são frequentemente apresentadas a reis e rainhas como símbolos de distinção.

A pesquisadora de têxteis africanos Yano (2021) destaca que, na antiguidade, havia a crença de que o uso da pele dos animais traria consigo suas características. Os leopardos e as onças eram especialmente valorizados pela realeza devido à sua habilidade de caça. Por outro lado, é notável que a estampa animal seja encontrada em muitas culturas, frequentemente associada a figura de poder. A deusa egípcia da sabedoria, Seshat, é frequentemente representada com pele de leopardo.

Figura 3 - Mosaico de fotos de membros com vestes com estampa de leopardo.



Fonte: *Walt Disney Pictures e Parkwood Entertainment.*

Dessa forma, o videoclipe, por meio de seus figurinos e contexto, promove um discurso que desafia as representações estabelecidas do corpo negro pela colonialidade, utilizando a memória discursiva do povo preto. A ideologia racial ou "branquitude" (Schucman, 2020), associou historicamente o corpo negro à subalternidade, servidão e escravidão.

No entanto, uma nova formação discursiva decolonial busca ressignificar esses símbolos da memória negra de seus antepassados, lembrando que esse povo não é descendente de escravos, mas sim de reis e rainhas, pertencendo à realeza, como inicialmente destacado nesta subseção. A desconstrução da ideologia eurocêntrica de classes associada à "branquitude" pode ser observada no videoclipe quando Beyoncé representa pessoas brancas em papéis de servidão (Fig.4), subvertendo os significados estabelecidos pela formação discursiva enraizada no imaginário social colonial, onde o negro é constantemente retratado como servo e o branco como superior.

De acordo com Kabral (2018), é crucial atribuir protagonismo à comunidade negra, retirando-a dos lugares que historicamente lhe foram negados e posicionando-a como detentora de poder, riqueza e agente transformadora. Compreendendo que a decolonialidade coexiste com a colonialidade (Mignolo, 2017), ela emerge como uma reação aos impactos do colonialismo. No entanto, a decolonialidade pode conter resquícios da colonialidade, indicando que, apesar dos esforços para descolonizar, algumas ideias coloniais ainda podem persistir.

Figura 4 - Pessoas brancas em lugar de servidão



Fonte: *Walt Disney Pictures e Parkwood Entertainment.*

Considerando as representações presentes nas cenas de *Mood 4 Eva* em relação ao corpo negro e suas tradições, é evidente que tanto os figurinos quanto a cenografia geram uma variedade de discursos. Estes, por sua vez, trabalham para desafiar as narrativas cristalizadas na cultura e a memória discursiva de superioridade da "branquitude" em relação ao corpo negro. Assim, seus efeitos geram novas interpretações e contribuem para a ressignificação dos símbolos da colonialidade na modernidade, dando forma a ideologias e signos renovados por meio da memória discursiva da comunidade negra.

Assim, Foucault (1999) esclarece que por meio do evento, da série e da potencialidade, os enunciados ou imagens repetem o que já foi expresso. O evento possibilita que isso seja reiterado, porém, sob a condição de que o texto anterior não seja reproduzido literalmente, mas sim considerado em seu contexto circundante.

De acordo com Milanez (2015), novos enunciados surgem a partir de afirmações anteriores, carregando consigo a mensagem do texto original, frequentemente remodelados em novas formas de discurso, estes tendem a desafiar, desconstruir ou acrescentar a mensagem do primeiro discurso.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho teve como objetivo analisar uma cena e figurinos selecionados que compõem a narrativa do videoclipe *Mood 4 Eva*, parte do filme *Black is King* da artista Beyoncé, com base na análise de discurso de linha francesa e nas temáticas de afrofuturismo e decolonialidade, buscando investigar como as formações discursivas de hegemonia racial presentes na atualidade são ressignificadas no videoclipe a partir de estudos que apontam para desconstrução dos mesmos.

Portanto, fez-se necessário uma contextualização da AD de linha francesa, buscando abordar a análise de discurso como elemento central de análise por entender que o acontecimento e os ditos reverberam a historicidade de se instauraram no imaginário social dos indivíduos de determinada época (Foucault, 1999). Os ditos fazem parte do processo de construção do discurso, sendo repetidos e reaparecendo em vários períodos e contextos históricos, como entidades que se interpenetram e se entrelaçam devido à repetição, com figurinos variáveis de expressão. De acordo com esse ponto de vista, tentou-se revisitar e examinar a visualidade de *Mood 4 Eva* (2021), pois uma mesma imagem pode gerar uma

extensa discussão, ser interpretada conforme o contexto de sua época e ser revisitada ao longo do tempo.

Para esse propósito, realizou-se uma abordagem teórica sobre os conceitos de decolonialidade e afrofuturismo. Constatou-se que debates sociais, como os mencionados, podem ser incorporados na estrutura de filmes, músicas e livros. Mesmo de forma subjetiva, esses temas podem estar presentes nos roteiros, cenários, construção de cenas e elementos textuais desses conteúdos, e como abordado podem gerar discursos.

Com base nessa contextualização, o objetivo era entender como esses discursos se manifestavam nas cenas selecionadas em *Mood 4 Eva*. Para atingir esse objetivo, foi realizada uma análise estruturada em duas partes. Isso permitiu que as camadas deste universo fossem examinadas minuciosamente. Cada parte da análise utilizou uma abordagem diferente, o que levou a resultados complementares que permitiram uma análise mais precisa e crítica das informações coletadas.

A primeira parte da análise, fundamentada na abordagem de Flugel (1966), concentrou-se na análise do figurino, entendido como um elemento simbólico e formal de uma cena cinematográfica, visando compreender como o mesmo contribuía para a narrativa. Os resultados indicaram que, a partir dessa abordagem, o figurino servia como base para demonstrar a grandeza, o poder e a abundância, além de preservar a memória da cultura negra nos detalhes das vestimentas. Ademais, os trajes remetiam constantemente à condição de nobreza e aristocracia, em uma perspectiva afrofuturista e decolonial, evidenciando como o figurino integrava e colaborava como elemento importante para a narrativa do videoclipe.

Na segunda parte da análise, buscou-se desvelar os discursos inscritos sobre a comunidade negra e examinar como os padrões da era colonial foram rompidos em *Mood 4 Eva*. Esta análise baseou-se na AD de linha francesa, sustentada pelas temáticas do afrofuturismo e da decolonialidade. Os resultados revelaram que, na cena selecionada e analisada, um discurso se manifestava. A cena, destacou-se a memória da cultura africana, evidenciando que as pessoas negras, antes de serem arrancadas de sua terra natal e escravizadas, eram reis e rainhas, e, portanto, seus descendentes são membros da realeza ancestral. Esse imaginário confronta a visão social que historicamente associou essas pessoas à servidão, gerando desconforto em indivíduos brancos ao vê-los em posições de poder.

É relevante destacar que a combinação dessas duas análises possibilitou concluir que produtos da indústria musical, cinematográfica e de moda podem desempenhar papéis sociais fundamentais na sociedade contemporânea, embora os dois primeiros sejam desenvolvidos predominantemente para lazer e entretenimento, e o último para consumo, identidade, etc. Através da narrativa de *Mood 4 Eva*, a artista Beyoncé ilustra como esse contexto pode ser compreendido na prática. Ao entrelaçar os temas de afrofuturismo e decolonialidade em seus discursos visuais, a cantora problematiza questões que afetam a comunidade negra e motiva o imaginário de seus membros a reivindicar mudanças e/ou lutar por elas.

REFERÊNCIAS

ASANTE, K. **Afrocentricidade: notas sobre uma posição disciplinar**. In: NASCIMENTO, E. L. (Org.). Afrocentricidade: uma abordagem epistemológica inovadora. São Paulo: Selo Negro, 2009. p. 93-110.

AUMONT, Jacques.; MARIE, Michel. **A análise do filme**. Lisboa: Edições Texto & Grafia, Ltda., 2004.

BLACK is King. **Direção de Beyoncé**. Parkwood Entertainment e Walt Disney Pictures, 2020. 1 DVD (85 min).

CARVALHO, Glauber.; ROSEVICS, Larissa. **Diálogos Internacionais: reflexões críticas do mundo contemporâneo**. Rio de Janeiro: PerSe, 2017.

CHAMECKI, Eduardo. **Dahermenêutica filosófica à hermenêutica críticoalterativa: caminhos para a descolonização do saber jurídico**. Curitiba: Universidade Federal do Paraná, 2010.

COURTINE, Jean-Jacques. **Decifrar o corpo: pensar com Foucault**. Tradução de Francisco Morás. Petrópolis – RJ: Vozes, 2013.

COSTA, Joaze Bernardino; GROSFOGUEL, Ramón. Decolonialidade e perspectiva negra. **Sociedade e Estado**, *[S. l.]*, v. 31, n. 1, p. 15–24, 2016. Disponível em: https://periodicos.unb.br/index.php/sociedade/article/view/6077. Acesso em: 04 outubro de 2024.

DERY, Mark. Black to the Future: Interviews with Samuel R. Delany, Greg Tate, and Tricia Rose. In: **Flame Wars**. Durham e London: Duke University Press, 1994. p. 179-222.

FERREIRA, Maria Cristina Leandro. **O quadro da análise do discurso no Brasil**. Revista Letras, n. 27, Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Jul./dez., 2003, p. 39-46. Disponível em: https://periodicos.ufsm.br/letras/article/view/11896. Acesso em 04 de maio de 2024.

FLUGEL, J.C. **A Psicologia das Roupas**. Tradução: Antônio Ennes Cardoso. São Paulo: Editora Mestre Jou, 1966.

FOUCAULT, Michel. **A Arqueologia do Saber**. Trad. Luiz Felipe Baeta Neves. 7º ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2009.

FOUCAULT. Michel. **A ordem do discurso**. Aula inaugural no Collége de France, pronunciada em 2 de dezembro de 1970. São Paulo: Edições Loyola, 1999.

FOUCAULT. Michel**. A ordem do discurso**. Tradução: Laura Fraga de Almeida Sampaio. São Paulo: Edições Loyola, 2007.

KABRAL, Fábio. Afrofuturismo: **Ensaios sobre narrativas, definições, mitologia e heroísmo**. Medium, São Paulo, jul. 2018. Disponível em: https://medium.com/@ka_bral/afrofuturismoensaios-sobre-narrativasdefini%C3%A7%C3%B5es-mitologia-e-hero%C3%ADsmo1c28967c2485. Acesso em: 19 de maio de 2024.

MIGNOLO, Walter. Colonialidade: **O lado mais escuro da modernidade**. Trad. Marco Oliveira. Revista Brasileira de Ciências Sociais, 2017, p. 1-18.

MIGNOLO, Walter**. Desobediencia epistémica: retórica de lamodernidad, lógica de lacolonialidad y gramática de ladescolonialidad**. Edicionesdel signo, 2010. p. 46-92.

MILANEZ, Nilton. **Intericonicidade: da repetição de imagens à repetição dos discursos de imagens**. Acta Scientiarum. Language and Culture, v. 37, n. 2, p. 197-206, 28 jul. 2015.

MOOD 4 Eva. **Direção de Beyoncé**. Parkwood Entertainment e Walt Disney Pictures, 2021. (8 min). Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=MMuUFjxLQJU. Acesso em 07 de junho de 2024.

PÊCHEAUX, Michel. **Discurso, estrutura e conhecimento**. Campinas – SP: Pontes, 1997.

PENAFRIA, Manuela. **Análise de filmes – conceitos e metodologia (s).** IV Congresso SOPCOM, abr. 2009. Disponível em http://www.bocc.ubi.pt/pag/bocc-penafria-analise.pdf. Acesso em 27 de maio de 2024.

QUIJANO, Aníbal. **Colonialidaddel poder, cultura y conocimientoen América Latina**. Dispositio, v. 24, n. 51, p. 137-148, 1999.

SCHUCMAN, Lia Vainer. Branquitude. In: _____. **Entre o encardido, o branco e o branquíssimo: raça, hierarquia e poder na construção da branquitude paulistana**. 2012. 160 f. Tese (Doutorado em Psicologia Social) – Instituto de Psicologia, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2012. p. 17-30. Disponível em: https://agnesufop.files.wordpress.com/2021/01/teseschucman_branquitude_corrigida.pdf. Acesso em: 19 de maio de 2024.

SOUZA, Esdras Oliveira; ASSIS, Kleyson Rosário. **O AFROFUTURISMO COMO DISPOSITIVO NA CONSTRUÇÃO DE UMA PROPOSTA EDUCATIVA ANTIRRACISTA**. Entheoria: Cadernos de Letras e Humanas ISSN 2446-6115, v. 6, n. 1, p. 64-74, 2019.

O(s) autor(es) é(são) responsável(is) pela fidedignidade dos dados apresentados.

OS PERSONAGENS VIRTUAIS E A PERSUASÃO INDIRETA NAS PUBLICIDADES DE MARCAS DE MODA NAS REDES SOCIAIS

Rogério Luiz Boccuzzi[1]

RESUMO

A partir de perspectivas tradicionais e contemporâneas, analisamos as reconfigurações da publicidade no ambiente digital diante das transformações sociais e tecnológicas. Consideramos o conceito de publicidade expandida como base teórica para apresentar os personagens virtuais sendo uma alternativa de comunicação das marcas de moda nas redes sociais. Entendemos que os avanços da ciberpublicidade empregam estratégias de persuasão indireta no marketing diante de novos dispositivos de comunicação.

Palavras-chave: redes sociais; comunicação; moda; ciberpublicidade, personagens virtuais.

VIRTUAL CHARACTERS AND INDIRECT PERSUASION IN FASHION BRAND ADVERTISING ON SOCIAL MEDIA

ABSTRACT

From traditional and contemporary perspectives, we analyze the reconfigurations of advertising in the digital environment in the face of social and technological transformations. We consider the concept of expanded advertising as a theoretical basis to present virtual characters as an alternative means of communication for fashion brands on social networks. We understand that advances in cyber advertising employ indirect persuasion strategies in marketing in the face of new communication devices.

Keywords: *social networks; communication; fashion; cyber advertising, virtual characters.*

INTRODUÇÃO

No contexto comunicacional contemporâneo, observa-se uma transformação significativa na maneira como as interações e expressões visuais são mediadas. A formulação de novos códigos de comunicação estabelece uma temporalidade específica do ambiente virtual, acelerando as relações e interações sociais facilitadas pelas plataformas de redes sociais digitais.

Os novos formatos de mídia possibilitaram o surgimento de novas formas de arte e expressão, assim como ocorreu com o cinema e a televisão no final do século XIX. Os avanços tecnológicos das redes sociais para a produção e circulação de imagens, tanto em fotos como

[1] robocc@gmail.com

em vídeos, desempenham um papel significativo nas novas configurações e dinâmicas de interação com o público. Esses recursos não apenas ampliam as possibilidades estéticas, mas também oferecem ferramentas para a criação de conteúdos visuais que dialogam com as audiências, transformando a relação entre produtores e consumidores de maneira interativa e imersiva.

Consideramos a obra de Bragaglia e Burrowes e o conceito de publicidade expandida, como base teórica para apresentar os personagens virtuais sendo uma alternativa de comunicação das marcas de moda nas redes sociais, com um olhar sobre as estratégias de persuasão indireta no marketing.

DESENVOLVIMENTO

Segundo Santaella (2021), os smartphones e sua mobilidade trouxeram o registro e a transmissão imediata de momentos vividos, aparelhados com câmeras potentes de fotografia e filmagens, aplicativos de tratamento de imagens, espaço de armazenamento e capacidade de compartilhamento pelas redes sociais. Esses dispositivos abriram as comportas para a exibição sensacional de imagens, visando a promoção e apreciação, em enquadramento a padrões convencionais de beleza, para encontrar seu espaço privilegiado de autoexposição proliferante nas imagens difundidas via redes sociais (Santaella, 2021). A compreensão desses novos estímulos visuais criados dentro da plataforma com recursos tecnológicos avançados estimula a decodificação das mensagens que podem estar associadas a compaixão, simpatia ou algum componente afetivo.

Com o início da era das redes sociais, o mercado de moda logo se integrou aos ambientes digitais online para também ali expressar seus conceitos. O mercado da moda é dinâmico e dita tendências de consumo, utilizando apelos imagéticos e estéticos. A moda é um campo em que o significado é construído através de signos e símbolos que muitas vezes estão desconectados de qualquer função prática dos produtos oferecidos. O universo da moda sempre esteve ligado ao artifício e a teatralidade. Desde os glamorosos desfiles de alta-costura até as campanhas publicitárias mais extravagantes, a moda constrói-se como uma performance que transcende a utilidade do vestuário.

Historicamente, as publicidades das marcas deste setor apareciam em veículos de comunicação segmentados, como algumas revistas impressas direcionadas para o público feminino, entre elas as mais antigas, como as edições das revistas Manequim e Claudia, e

para o público masculino, com os títulos Playboy e Men´s Health, além de canais de televisão a cabo com produções audiovisuais mais sofisticadas. Os formatos tradicionais de publicidade ainda perduram e alguns se mantém familiares ao público consumidor, porém novos formatos de produção e circulação de conteúdo estão emergindo na indústria publicitária, juntamente com novas estratégias de persuasão e engajamento.

A mente moderna se tornou uma estrutura híbrida, construída de vestígios de estágios biológicos anteriores junto com recursos simbólicos de uma memória externa, hoje constituída de uma pluralidade de sistemas sígnicos, produzidos graças a tecnologias cada vez mais sofisticadas e inteligentes (Santaella, 2021, p. 90).

Com a evolução das redes sociais e a quebra do monopólio da extração da atenção pelos meios de comunicação de massa, a atenção se tornou um recurso mais escasso e volátil. Diante desse cenário, as marcas precisaram desenvolver novas formas de negociar esse recurso. A simples presença na mídia já não era suficiente para garantir o alcance de suas mensagens. Compreendemos que atualmente as marcas enfrentam um significativo desafio ao buscar captar e manter a atenção do público nas plataformas de redes sociais.

As estratégias para captar a atenção passaram a incorporar os chamados 'influenciadores digitais'. Para isso, as marcas permitiam que os usuários-produtores demonstrassem seu poder de atrair atenção e se apropriassem desse recurso escasso em troca de outro: o capital financeiro. Essa disputa pela atenção leva ao desenvolvimento do que poderíamos chamar uma micropersuasão: essa técnica de pulverizar e dispersar nos mais variados conteúdos os elementos de sedução e convencimento referentes aos valores em torno dos quais as marcas constroem sua imagem (Burrowes, 2022, p.95). Posteriormente, outros produtores de conteúdo independentes atraiam as marcas por meio de sua capacidade de deter, controlar e extrair a atenção de seu público, atualmente denominados ‘seguidores’, através da produção de imagens, sejam elas em fotos ou vídeos.

Inicialmente, as redes sociais permitiram a formação de grupos de interesse e comunidades, e posteriormente passaram a oferecer anúncios publicitários digitais. As blogueiras de moda do início da era digital passaram a ser conhecidas como "influenciadoras digitais". Exemplos desse movimento incluem Camila Coelho (@camilacoelho), Thássia Naves (@thassianaves) e Camila Coutinho (@camilacoutinho), que acumulam milhares de seguidores e são pioneiras no formato de produção de conteúdo independente especializado em moda. O mercado de moda foi um dos primeiros a utilizar o marketing de influência com

algumas marcas atentas ao novo movimento de comunicação digital e a dinâmica da geração de conteúdo nas redes sociais. O Instagram se tornou a plataforma de rede social preferida das então nomeadas "influenciadoras digitais" pelo seu apelo imagético e uso de filtros especiais principalmente para edição de fotos.

Com o passar dos anos, as próprias redes sociais se aperfeiçoaram e avançaram tecnologicamente, oferecendo mais recursos para a criação e edição de conteúdo e os influenciadores digitais desenvolveram uma nova habilidade, produzindo conteúdo dos mais diversos, atraindo seguidores, criando comunidades e gerando engajamento. As marcas de moda passaram a usar esses influenciadores como co-criadores de conteúdo e difusores de mensagem para os seus públicos.

No Instagram, a dinâmica transformou as pessoas em uma forma de "entretenimento humano", em que todos nós desempenhamos papéis tanto de atores quanto de plateia em um espetáculo contínuo, imersos no fascinante filme da vida. A criação artística facilitada pelas ferramentas tecnológicas presentes nos dispositivos móveis sofisticados gera estímulos visuais, transformando praticamente quase todos os registros em formas de entretenimento humano.

Diante desse contexto, os personagens virtuais surgem como uma alternativa de comunicação. Esses seres gerados por computador (CGI – computer-generated imagery)[2] cuidadosamente construídos e roteirizados por equipes profissionais de design e marketing, estão cada vez mais presentes no ambiente digital entretendo seus seguidores com suas histórias que capitalizam eventos atuais, questões sociais e assuntos contemporâneos envolvendo lugares e pessoas reais, como uma tentativa de obter a tão almejada atenção em um ambiente saturado, como ocorre atualmente nas redes sociais.

Com os avanços da tecnologia, esses seres criados em computador têm sido desenvolvidos para performar vidas humanas com um grau refinado de verossimilhança e com atenção especial à interação com seus seguidores, alcançando também o status de "influenciadores virtuais". Esses seres virtuais, com uma narrativa rica e estruturada sobre suas performances de vida, contribuem para o embaçamento das fronteiras entre o virtual e o real e já são uma realidade no mercado nacional e internacional. Por se tratar de um personagem virtual, os recursos para a produção dos conteúdos publicados não dependem

[2] Computer generated imagery (CGI), tradução: imagens geradas por computador. É a criação de conteúdo visual animado usando software de computador.

da personagem em si, mas da equipe que cuida da criação e edição das imagens e vídeos. Essa não-humanidade coloca esses personagens em uma situação de vantagem em relação à exaustão algorítmica[3], uma sensação relatada por influenciadores digitais e criadores de conteúdo relacionada aos "problemas psicológicos" vivenciados por eles e gerados pelo ritmo de trabalho que vem sendo ditado pelo que reconhecem como "o algoritmo" (Karhawi, 2022).

A presença cada vez mais constante desses seres virtuais nas redes sociais, manifestando perfis e identidades distintas, fazendo circular conteúdos e protagonizando campanhas publicitárias, revela uma questão em compreender como estes seres virtuais estão sendo tratados como alternativa de comunicação para as marcas de moda e observar os efeitos dessa inovação tecnológica como uma forma de persuasão indireta.

A persuasão indireta, segundo Bragaglia e Burrowes (2022) consiste em "técnicas suasórias elaboradas com a intenção e/ou o efeito de burlar/desviar a atenção do público, de forma a dificultar a percepção, por este, quanto ao teor persuasivo nelas presente, ou seja, buscando persuadi-los de forma indireta (dissimulada)" (Bragaglia; Burrowes, 2022, p. 21).

No entanto, Carrera (2016, p. 171) nos alerta que, pela vivência no ciberespaço, implementam-se novos formatos de produção publicitária, mas isso não a faz fugir da sua essência, ou seja: "vive-se uma nova publicidade, mas ainda assim, publicidade", considerando que sua definição reside na essência do processo comunicativo, ou seja, que a intenção é se fazer presente na mente do consumidor e persuadi-lo a partir de outros conceitos criativos. É fato que as formas de publicidade mudam para acompanhar o contexto social, cultural e tecnológico. Com a multiplicação e fragmentação das oportunidades de contato, o processo publicitário se torna complexo, e ganha destaque a "tríade interatividade-relevância-experiência" (Atem; Oliveira; Azevedo, 2014, p. 10), considerando que cada vez é mais difícil capturar a atenção e envolver o público consumidor.

Burrowes (2022) adota a noção de campo expandido para redefinir os novos modos de comunicação de marcas como publicidade expandida, em sua complexidade, acolhendo formatos intermediários, que incluem elementos tanto de jornalismo, quanto de entretenimento, sem por isso perder o caráter persuasivo, ao contrário, ganhando dessa

[3] Exaustão algoritmica é um termo utilizado para representar o trabalho dos criadores de conteúdo e influenciadores digitais que tem que trabalhar todos os dias da semana para se manterem relevantes nas redes sociais.

forma força persuasiva. Uma experiência envolvente é a principal promessa da publicidade expandida; daí decorre o fato de que, nela, o teor de entretenimento, de emoção, de notícia, de conhecimento e de ludicidade seja empregado como técnica de persuasão (Burrowes, 2022, p. 96).

No caso da publicidade expandida, nota-se que as técnicas de persuasão e a estratégia de marketing estão incorporadas na estética, na narrativa e no entretenimento, disfarçando o seu caráter publicitário, de modo a vencer filtros cognitivos, facilitando a absorção acrítica das mensagens.

Apresentamos três exemplos de conteúdos visuais extraídos da rede social Instagram de personagens virtuais que figuram constantemente em ações de divulgação das principais marcas de moda globais. Com uma análise descritiva de cunho comunicacional, elencamos alguns pontos para a compreensão da comunicação feita através dos personagens virtuais como publicidade expandida em técnicas de persuasão indireta na publicidade em redes sociais.

Figura 1 – Personagem virtual Imma Gram (@imma.gram) – divulgação para a marca Diesel (@diesel).



Fonte: perfil Imma Gram (@imma.gram) no Instagram, acesso em 22/05/2024.

Figura 2 – Personagem virtual Noonoouri (@noonoouri) – divulgação para Louis Vuitton (@louisvuitton).



Fonte: perfil Noonoouri (@noonoouri) no Instagram, acesso em 22/05/2024.

Figura 3 – Personagem virtual Kyra (@kyraonig) – divulgação para a marca Balav (@balavofficial).



Fonte: perfil virtual Kyra (@kyraonig) no Instagram, acesso em 22/05/2024.

Vivemos em uma sociedade de consumo onde o número e a velocidade de circulação das informações aumentam exponencialmente, fazendo com que a atenção se torne um recurso escasso e disputado, resultando na elevação do discurso publicitário, que se apresenta sob formas cada vez menos reconhecíveis e utiliza mecanismos de persuasão mais sutis. Intenciona entregar conteúdo midiático para ser apreciado sem o direcionamento evidenciado ao consumo do produto que patrocina e que, eventualmente, insere-se na narrativa (Covaleski, 2015, p. 111). Assim torna-se cada vez mais difícil para o público reconhecer a mensagem da marca pelo que ela é, uma ferramenta de sedução, envolvimento, engajamento, com vistas à persuasão e à construção de uma relação de troca, em última instância, comercial (Burrowes, 2022, p. 84).

O que podemos observar nas comunicações exemplificadas são os fatores estéticos com um caráter persuasivo, sem que a mensagem seja explicitamente comercial, omitindo ou incorporando produtos das marcas e com teor de entretenimento. O uso desses personagens está associado as inovações tecnológicas em produção de imagens e as técnicas de persuasão, entretendo o público e disfarçando o caráter publicitário da mensagem. A divulgação das imagens produzidas por personagens virtuais constitui um regime de visibilidade que atribui significados à marca, conotando juvenilidade, descontração e criatividade, entre outros atributos de uma espacialidade do trabalho que mais se ajusta à lógica do entretenimento do que de âmbito econômico.

Chegamos a um estágio avançado de desenvolvimento das tecnologias sociotécnicas e imagéticas, no qual a precedência da representação sobre a realidade não é apenas evidente, mas a simulação pode confundir as ordens previamente estabelecidas.

A hiper-realidade criada pelos personagens virtuais mistura o real e o virtual em processos de simulações. Estas simulações passam a nos confundir no momento em que o realismo chega a um estágio onde não conseguimos distinguir o que é humano e virtual. Segundo Baudrillard, o que o simulacro copia ou não tinha original ou não tem mais original, pois o simulacro significa algo que não é e, portanto, deixa o original impossibilitado de ser localizado (Baudrillard, 1991).

A construção de um ser virtual a partir de novas tecnologias e sua atuação como objeto comunicacional traz consigo efeitos colaterais que inicialmente são desconsiderados em razão do deslumbramento sedutor que as novas possibilidades promovem ou causam

medo, resistência e rejeição por trazerem o vislumbre de um futuro desconhecido (Gabriel, 2020) e sua estética contribui como uma opção para persuasão indireta na publicidade.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Observamos os processos nos quais as marcas são apresentadas aos consumidores por meio de complexas tramas de interação comunicativa, manifestando-se de maneiras diversas nas esferas de presença no ambiente e na utilização de tecnologias digitais, entre outras modalidades inovadoras presentes nas estratégias relacionadas as publicidades das marcas de moda e como exemplificamos aqui com mensagens publicadas por personagens virtuais na rede social Instagram.

Diante de inúmeras possibilidades de criação de imagens e dos variados recursos tecnológicos disponíveis nas redes sociais, em especial no Instagram, emerge o desafio de desenvolver estratégias que atraiam a atenção dos usuários e se destaquem em um ambiente sobrecarregado de informações. Analisamos os esforços promocionais da indústria de moda, focalizando no uso de personagens virtuais como elemento inovador nas comunicações de marcas em um contexto sociocultural que valoriza o lúdico nas interações entre humanos e não humanos e como técnica de persuasão indireta.

As possibilidades de criação de conteúdos visuais diferenciados feitos com novas tecnologias emergentes ampliam a imaginação a níveis infinitos e colocam o aspecto de inovação em evidência. “A publicidade vem se apresentando sob formas cada vez menos reconhecíveis” (Bragaglia; Burrowes, 2022, p.15). Essa expressão revela o desafio que seus produtores enfrentaram no desvendamento das formas contemporâneas daquilo que se costumava ser nomeado genericamente de publicidade e que vem ganhando denominações cada vez mais específicas, e maneiras cada vez mais dissimuladas de se apresentarem ao público consumidor.

Neste artigo, buscamos abordar esse cenário pós-moderno, onde os personagens virtuais passam a ser uma realidade em nosso cotidiano, onde o real e o virtual se misturam no mesmo mundo criado por nós humanos. Nesse sentido, os personagens virtuais estão dentro de uma perspectiva publicitária, e ampliam o papel de “propaganda”, o que parece

apontar para novas configurações das mensagens e discurso publicitário caracterizando aquilo que podemos classificar como: publicidade expandida.

Entendemos que esse fenômeno do surgimento e ascensão de humanos virtuais nas redes sociais, e aqui especificamente com sua utilização publicitária, está inserido em um contexto sócio-histórico de virada cultural caracterizado pelo modelo de cibercultura. Analisamos como as imagens de moda se tornam artefatos culturais que refletem e influenciam as estruturas sociais, as hierarquias simbólicas e as identidades individuais no contexto do consumo contemporâneo.

O campo para estudos destas novas formas de persuasão é amplo e novas pesquisas sobre outros personagens podem ser feitas para enriquecer essa discussão sobre como a humanidade vai avançar com o desenvolvimento de novas tecnologias e da inteligência artificial.

REFERÊNCIAS

ATEM, Guilherme; OLIVEIRA, Thaiane; AZEVEDO, Sandro (Orgs.). **Ciberpublicidade: discurso, experiência e consumo na cultura transmidiática.** Rio de Janeiro: E-Papers, 2014. 310p.

BAUDRILLARD, Jean. **Simulacros e Simulação**. 1a. ed. Lisboa. Relógio D'água, 1991. 208p.

BRAGAGLIA, Ana Paula; BURROWES, Patrícia Cecilia (org.). **A dissimulação na sociedade de consumo: um olhar crítico sobre as estratégias de persuasão indireta no marketing**. São Paulo. Pimenta Cultural, 2022. 426p.

BURROWES, Patrícia Cecilia. Cap. 2. Novas configurações do discurso publicitário frente à economia da atenção. In: **A dissimulação na sociedade de consumo: um olhar crítico sobre as estratégias de persuasão indireta no marketing**. São Paulo. Pimenta Cultural, 2022. 426p.

CARRERA, Fernanda Ariane Silva. **A ciberpublicidade e o self da marca em ambiente digital: interações sociais, discurso e marcações identitárias em novos contextos de comunicação.** Tese (Doutorado) - Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal Fluminense (UFF), Rio de Janeiro, 2016.

COVALESKI, Rogério. Conteúdo de marca e entretenimento: narrativas híbridas. **Comunicação Mídia e Consumo**, São Paulo, v. 12, n. 34, p. 107-123, 2015. Disponível em: < https://revistacmc.espm.br/revistacmc/article/view/880>. Acesso em 24 set. 2024.

GABRIEL, Martha. **Você, Eu e os Robôs: pequeno manual do mundo digital**. 4ª. Edição. São Paulo. Atlas, 2020. 304p.

KARHAWI, I.; PRAZERES, M. **Exaustão algorítmica: influenciadores digitais, trabalho de plataforma e saúde mental**. Revista Eletrônica de Comunicação, Informação & Inovação em Saúde, *[S. l.]*, v. 16, n. 4, p. 800–819, 2022. Disponível em <https://www.reciis.icict.fiocruz.br/index.php/reciis/article/view/3378>. Acesso em 24 nov. 2023.

SANTAELLA, Lucia. **Humanos hiper-híbridos: linguagens e cultura na segunda era da internet**. Paulus Editora, 2021. 200p.

O(s) autor(es) é(são) responsável(is) pela fidedignidade dos dados apresentados.

A NOSTALGIA NA ERA DA IA: MEMÓRIA, HISTÓRIA E IDENTIDADE NO COMERCIAL DA VW 70 ANOS

Maria Ayeska Andrade Echegaray [1]

RESUMO

Analisamos a nostalgia como produto de consumo simbólico que influencia na construção das nossas memórias a partir do comercial da Volkswagen do Brasil 70 anos, postado no YouTube em 2023, com a cantora Elis Regina, recriada pela IA, num dueto com a sua filha Maria Rita. Este estudo teórico fundamenta-se em Candau, Ricoeur e Jelin, Santa Cruz e Ferraz, Penafria e Santaella. Concluímos ser necessário discutir como as novas tecnologias impactam nas nossas memórias, seus riscos e potenciais.

Palavras-chave: memória e identidade; mídias digitais; IA; consumo da nostalgia; VW 70 anos.

NOSTALGIA IN THE AI ERA: MEMORY, HISTORY AND IDENTITY IN THE VW COMMERCIAL 70 YEARS

ABSTRACT

We analyze nostalgia as a symbolic consumer product that influences the construction of our memories based on the Volkswagen do Brasil 70 anos commercial, posted on YouTube in 2023, with the singer Elis Regina, recreated by AI, in a duet with his daughter Maria Rita. This theoretical study is based on Candau, Ricoeur and Jelin, Santa Cruz and Ferraz, Penafria and Santaella. We conclude that it is necessary to discuss how new technologies impact our memories, their risks and potential.

Keywords: memory and identity; digital media; AI; consumption of nostalgia; VW 70 years.

INTRODUÇÃO

O termo nostalgia deriva do grego “nostos” (voltar para casa) e “algia” (saudade, anseio) e refere-se a um sentimento que evoca lembranças de um passado vivido ou não. Santa Cruz e Ferraz (2018) observam uma intensificação da nostalgia, não apenas no Brasil, mas mundialmente, fenômeno denominado pelas autoras de “ode a um passado idealizado”. Elas sinalizam que essa sensação parte do psicológico, mas abarca as estruturas sociais, culturais, econômicas e políticas, assim como invade as narrativas midiáticas. Vale destacar que a nostalgia se apropria de memórias, que são construções formadas por lembranças e esquecimentos (Ricoeur, 2007; Candau, 2011), reelaboradas e ressignificadas à luz do tempo presente. Para Santa Cruz e Ferraz (2018, p. 9), mais do que se pensar sobre produções

[1] Mestranda do PPGCom - FIC - UFG, e-mail: ayeska_echegaray@discente.ufg.br. Bolsista da Capes.

nostálgicas deve-se pensar “numa nostalgização exercida pela mídia na relação com o consumidor”.

Neste artigo propomos uma discussão e reflexão sobre a nostalgia como produto de consumo simbólico na Era da Inteligência Artificial (IA), partindo da análise do comercial da Volkswagen do Brasil em comemoração aos seus 70 anos completados em 2023. O vídeo traz um apelo emocional nostálgico ao recriar, por meio da IA, a cantora Elis Regina em um dueto com sua filha, a também cantora, Maria Rita, ambas dirigindo uma versão do veículo Kombi da marca, a antiga e a atual (batizada de ID.Buzz), respectivamente. O comercial foi postado no canal oficial do YouTube da Volkswagen do Brasil e será a base deste estudo teórico. Utilizamos a análise fílmica de Penafria (2009) e os conceitos de consumo da nostalgia de Santa Cruz e Ferraz (2018), além dos teóricos da história e memória, como Candau (2011), Ricoeur (2007), Jelin (2002), levando em conta as relações de poder sob a perspectiva foucaultiana.

Dentre os pontos que vamos abordar nesta discussão estão questões sobre a formação da memória individual, social, histórica e identitária do brasileiro e como essas memórias foram trabalhadas ou não. Esses elementos estão presentes no comercial “VW 70 anos – Gerações” que utiliza como trilha sonora a música *Como nossos pais* (1976)[2], de Belchior (1946-2017), que é ressignificada em um novo contexto e em um novo tempo. O que antes era uma crítica ao regime civil-militar de 1964, assume outro sentido simbólico, evocando as lembranças de um tempo mítico (Candau, 2011), no qual o passado é reescrito ignorando suas contradições e traumas, passando a ser visto sob o véu da nostalgia (Jelin, 2002; Santa Cruz; Ferraz, 2018).

Iremos debater ainda a nostalgia como um produto de consumo simbólico nas narrativas midiáticas em um espaço de tempo não linear, presente nas mídias sociais digitais, especificamente, no canal da Volkswagen do Brasil no YouTube (Santa Cruz; Ferraz, 2018; Santaella, 2024). Como o uso da IA impacta na forma como revemos o passado, vivenciamos o presente e projetamos o futuro, assim como os riscos e potenciais que esta tecnologia traz.

[2] *Como Nossos Pais* foi composta pelo cantor e compositor Belchior, lançada no álbum *Alucinação*, de 1976, sendo imortalizada na voz de Elis Regina no álbum *Falso Brilhante*, também de 1976.

A MEMÓRIA COMO CONSTRUTORA DE IDENTIDADE

Joël Candau (2011) trabalha os conceitos de memória na construção da identidade, tanto individual como coletiva e social. Segundo o autor, como a memória é um processo de construção e reconstrução social, pode estar sujeita à manipulação. A manipulação da memória (Ricoeur, 2007; Jelin, 2002) resulta em abusos da memória, que não é uma criação midiática, muito menos dos meios digitais, é bem anterior a isso, embora as mídias *on* e *off* possam refletir e dar visibilidade e maior alcance ao fenômeno. Desde que exista um poder hegemônico constituído, haverá quem molde a nossa memória histórica e identitária, especialmente a coletiva e social, em favor de um grupo social dominante. "O passado é modelável assim como o futuro" (Borges *apud* Candau, 2011, p. 164).

Não que essa manipulação memorial, esse abuso da memória (Jelin, 2002) que gera uma reescrita da história aconteça sem resistências. Candau (2011) alerta para o fato de uma memória forte não ser assim tão facilmente apagada ou editada, pois os grupos que se identificam com ela tendem a resistir, opondo-se ao poder dominante ou mesmo reconfigurando as memórias hegemônicas em bricolagens com um sentido identitário (Candau, 2011). O autor preocupa-se com a fragmentação das memórias, um fenômeno facilmente identificado nas mídias digitais, com a customização da informação pelos algoritmos de recomendação (Santaella, 2024). Segundo Candau (2011), isso poderia levar ao colapso das memórias organizadoras que funcionam como uma cola social.

Candau (2011) critica ainda a ânsia contemporânea de reter as memórias, utilizando os mais diversos dispositivos para armazená-las, argumentando que essa tentativa de conservar e petrificar o passado também pode matar a memória. Por ser viva, a memória precisa estar em constante movimento de ressignificação, na sua dinâmica de lembrança e esquecimento (Ricoeur, 2007), para servir de lastro à identidade contemporânea. Segundo Candau (2011), é preciso aceitar perder o antigo para que o novo possa nascer, pois, como diz a letra da música de Belchior, que é trilha do comercial analisado: "o novo sempre vem".

Jelin (2002) traz o conceito de trabalhos da memória ressaltando a importância da reelaboração da memória para poder se lidar com um passado traumático que levaria a uma permanência do passado no presente. Ela alerta para o culto ao passado que poderia nos transformar em colecionadores de lembranças e consumidores de passado numa cultura da memória (Jelin, 2002). No entanto, a autora reconhece que a memória fortalece os vínculos e

o sentido de pertencimento a uma comunidade, assim o lugar de memória funciona como uma compensação ao mundo contemporâneo acelerado.

Para Jelin (2002), a memória como trabalho é uma memória ativa que transforma o mundo. Isso implica em debater e refletir sobre o passado e no seu sentido para o presente e para o futuro. Assim podemos superar os abusos da memória, tomando distância do passado para aprender a recordar. Jelin (2002) reconhece que a memória não é íntegra, possui quebras, buracos e brechas, sendo formada por lembranças e esquecimentos (Candau, 2011; Ricoeur, 2007), narrativas e ações, silêncios e gestos. No entanto, não é possível dissociar o passado do presente, pois o passado, segundo a autora, é ativado pelo presente, por conjunturas que ativam memórias e por silenciamentos que provocam esquecimentos.

Dessa forma, o passado e o presente são culturalmente variáveis e historicamente construídos, assim como a memória e a identidade são coisas sobre as quais pensamos e não existem fora das relações sociais, políticas e históricas (Jelin, 2002). A constituição, a institucionalização e o fortalecimento das memórias e identidades se alimentam mutuamente. Mas em momentos de crise, as memórias são reinterpretadas e levam ao questionamento da identidade. Outro ponto que a autora destaca é que há dois tipos de esquecimento: o esquecimento necessário à reelaboração da memória, que é libertador, e o esquecimento por apagamento, provocado por um ato político, por relações de poder e dominação (Jelin, 2002).

Como não é possível dissociar a memória individual da memória social, a memória é por natureza seletiva, assim, as lutas por representação do passado são sempre lutas pelo poder, pelo reconhecimento e pela legitimidade. A narrativa que prevalece depende da legitimidade e autoridade de quem a produz (Jelin, 2002). Ou seja, os atores sociais estão constantemente em disputa para legitimar sua posição através dos seus vínculos com o passado, assim são construídas as narrativas oficiais ligadas historicamente à formação dos Estados Nacionais. A autora destaca ainda que momentos de transição de governo, mudanças no poder podem gerar conflitos e confrontos entre os atores políticos com experiências e expectativas diferentes.

No comercial “VW 70 anos – Gerações” vemos um passado idílico e idealizado, despido de conflitos, sugerindo a ideia de continuidade, em que o amor pela marca e seus veículos é passado de geração para geração como um legado. Os autores já citados concordam que a memória é moldável pela interpretação que fazemos do passado à luz do

tempo presente, ou seja, a ressignificação em si não é um problema. A reflexão que queremos propor neste estudo é de que forma as novas tecnologias, em especial a IA, estão influenciando nesse processo de ressignificação das nossas lembranças, na edição e até na seletividade das nossas memórias identitárias, históricas e sociais.

Santaella (2024) alerta para a datificação e externalização da memória humana promovida pelas novas tecnologias. Para a autora, a forma como acessamos e processamos informações está mudando e, consequentemente, a forma como nos lembramos e nos esquecemos. Essa edição memorial que antes era "natural", passa agora pelos dispositivos tecnológicos, algoritmos e IA. Dessa forma, a memória coletiva pode ser moldada pelos interesses econômicos (Santaella, 2024) e políticos.

A mídia digital e o consumo da nostalgia

A mídia digital dissolveu os limites entre público e privado, entre o lazer e o trabalho, entre a informação e entretenimento, entre a notícia e a publicidade. Fuchs (2015) explica que vivemos atualmente numa sociedade integrada que converge para três modos de sociabilidade: cognição, comunicação e cooperação. O autor contextualiza a mídia social digital na sociedade utilizando o conceito de esfera pública de Habermas, embora afirme que há outros aspectos relacionados que devem ser considerados, como as disputas de poder, a ideologia, o capitalismo, a democracia, o controle, a vigilância etc. (Fuchs, 2015).

A forma como todo esse novo aparato tecnocomunicacional funciona pode afetar diretamente como as nossas memórias individuais, sociais e históricas são moldadas. Antes o mecanismo de lembrança-esquecimento (Ricoeur, 2007; Candau, 2011) era afetado pelas dinâmicas do poder hegemônico, mas encontrava as resistências das chamadas memórias fortes identitárias. Contudo, hoje, na Era da IA, o próprio sentido de identidade pode ser afetado pela crescente dependência tecnológica.

Como Santaella (2024) alerta, a centralização de dados pessoais nas grandes plataformas permite que as Big Techs controlem o que deve ser lembrado e esquecido, influenciando as narrativas, tanto individual quanto socialmente, desembocando no capitalismo de vigilância (Zuboff, 2020), no qual até a nossa visão de futuro se torna um produto. Santaella (2024) questiona sobre a forma como a IA enquadra as informações com base nos algoritmos de predição, o que pode impactar diretamente na nossa compreensão

da realidade e da verdade. No caso do comercial analisado, podemos questionar o quanto a Elis recriada pela IA representa ou não a Elis real.

É importante lembrar que a rede é um produto de um tempo social, mas nem todos na rede estão no mesmo tempo e espaço (Malini, 2016). Assim, como toda ação na rede é uma ação associada, pois, segundo o autor, os perfis se atraem por afinidades conceituais, por perspectivas que se posicionam em territórios distintos (Malini, 2016). Portanto, não é possível pensar as mídias digitais como um bloco homogêneo que se comporta da mesma maneira. Cada rede social digital possui sua própria linguagem e dinâmicas e as pessoas se comportam, interagem e reagem de formas diferentes em cada uma delas. "Ao entrar em uma rede, entramos em um complexo de relações de posse, relações de co-produção, de cooperação, de atração ou oposição" (Malini, 2016, p. 4).

Para Santaella (2024) a crescente dependência tecnológica pode levar a uma fragmentação social, já que a memória coletiva, que funcionava como uma cola social (Candau, 2011), passa a estar sob o poder centralizador das Big Techs, detentoras de todos os nossos dados pessoais e capazes de predizer quem somos, do que gostamos, em que acreditamos e o que devemos consumir em produtos físicos e simbólicos. Segundo Santaella (2024), esse cenário poderia nos levar a uma regressão, tornando a sociedade neurótica.

O excesso de personalização de conteúdo pode gerar o fenômeno das bolhas informacionais ou bolhas dos filtros (Pariser, 2012), que entre outros problemas, podem levar à polarização afetiva e às câmaras de eco. No entanto, essa discussão não é o foco deste artigo. O que nos interessa aqui é entender como a instrumentalização da memória e o consumo da nostalgia, apoiados pelas novas tecnologias de comunicação, podem construir uma narrativa tocante que embaça outros questionamentos mais incômodos sobre nossa memória social, histórica e identitária (Candau, 2011; Ricoeur, 2007; Jelin, 2002) enquanto brasileiros.

No nosso mundo contemporâneo e pós-industrial, vivemos o que se convencionou chamar de sistema econômico baseado em dados, o que Zuboff (2020) define como capitalismo de vigilância. Nossos dados são o ativo mais importante para as Big Techs, empresas que controlam e comercializam essa nova *commodity*[3]. Ou seja, nossos dados e

[3] Commodity, traduzido do inglês como mercadoria, são produtos sem o beneficiamento industrial, na sua maioria agropecuários, que tem o preço determinado pelos compradores, geralmente internacionais. O termo tem sido usado, como ironia, para outros produtos (até os intangíveis) que são comercializados de forma indiscriminada e predatória, onde o ganho está apenas em quem compra e revende e não em quem de fato

todo o conhecimento produzido se tornaram matéria-prima para o desenvolvimento de produtos físicos e simbólicos que podem ser customizados conforme o desejo do cliente. Mesmo com as novas legislações e regulações, na prática, as gigantes da tecnologia seguem ditando as regras do jogo num cenário de crescente dependência tecnológica, típico da contemporaneidade.

Aqueles que detêm o poder hegemônico, em todas as eras, sempre determinaram as narrativas, assim segue sendo na Era da IA. Seria ingenuidade acreditar que as Big Techs ou grandes empresas como a Volkswagen do Brasil, detentoras de vasto poder econômico, não fariam o mesmo. Porém, as formas de exercer o poder também mudam com o tempo. Segundo Foucault (1979; 1986), o poder é relacional[4] e a sedução é uma poderosa ferramenta de dominação. A nostalgia não deixa de ser sedutora ao evocar uma "Era de Ouro" onde tudo parecia melhor, mais bonito, mais perfeito (Candau, 2011; Jelin, 2002; Santa Cruz; Ferraz, 2018). É isso que o comercial da "VW 70 anos – Gerações" traz: um tempo mítico (Candau, 2011) que não está situado nem no passado nem no presente, mas na intersecção entre ambos, num lugar onde até morte deixa de ser uma barreira para reencontros e celebrações.

METODOLOGIA DE ANÁLISE DO COMERCIAL "VW 70 ANOS – GERAÇÕES"

Para analisar o comercial comemorativo "VW 70 anos – Gerações" utilizamos algumas ferramentas teórico-metodológicas, a partir da análise fílmica de Penafria (2009) detectamos como as narrativas de consumo da nostalgia (Santa Cruz; Ferraz, 2018) foram construídas no vídeo e como isso impactou na memória identitária, histórica e social dos brasileiros (Candau, 2011; Ricoeur, 2007; Jelin, 2002) por meio de seus afetos. Ou seja, demonstramos como as técnicas de confecção do material audiovisual foram utilizadas para criar o clima nostálgico, envolvendo emocionalmente quem assiste e mobilizando suas lembranças, histórias afetivas individuais e coletivas, associadas à construção identitária brasileira por meio da memória (Candau, 2011, Ricoeur, 2007, Jelin, 2002). Além disso,

produz. No caso dos dados, como as pessoas nem ganham ou até podem perder com a comercialização de seus dados, o termo é utilizado no segundo sentido.

[4] Para Foucault (1989; 1976), o poder é uma prática social constituída historicamente, ou seja, as relações de poder ultrapassam o nível estatal e estão presentes por toda a sociedade, dissolvidas por todo o tecido social. O poder está por toda parte e provoca ações em uma relação flutuante, em formas díspares, heterogêneas e em constante transformação.

considerando ainda as dinâmicas de poder na construção da narrativa nostálgica, utilizando o conceito de poder na perspectiva relacional foucaultiana.

Escolhemos essa abordagem metodológica por considerá-la mais adequada aos objetivos deste trabalho com total ciência das suas eventuais limitações, pois atende às necessidades da nossa análise à luz das teorias adotadas para explicar o consumo da nostalgia e a construção das memórias históricas e identitárias, sem deixar de lado as dinâmicas de poder na sociedade, e também, nas mídias digitais.

Na visão de Penafria (2009), "o objectivo da Análise é, então, o de explicar/esclarecer o funcionamento de um determinado filme e propor-lhe uma interpretação". Para isso é preciso decompor seus elementos e depois reconstruí-los para que a forma de interpretação faça sentido. A autora ressalta que a crítica ou juízo de valor sobre um filme não pode estar dissociada dessa decupagem sob o risco de estabelecer uma crítica muito genérica, que se aplicaria a qualquer filme do mesmo gênero, ou distanciada da realidade apresentada em cena. Destacamos nesta análise técnica do filme, o uso da IA e seus impactos tanto na construção da narrativa nostálgica e emotiva, no *storytelling*[5] da marca, como na transformação de uma pessoa já falecida em uma persona[6] que serve ao propósito da narrativa do comercial que é estabelecida num tempo não linear (Santaella, 2024), numa intersecção do presente com o passado.

A nostalgia vende

De fato, a nostalgia se tornou um objeto de consumo simbólico que vende muito bem porque mobiliza memórias, histórias e afetos, tanto pessoais como coletivos e sociais. Segundo Niemeyer citada por Santa Cruz e Ferraz (2018, p. 34):

> A mídia produz conteúdos e narrativas não apenas no estilo nostálgico, mas também como desencadeadores da nostalgia. A mídia e as novas tecnologias em particular podem funcionar como plataformas, locais de projeção e ferramentas para expressar a nostalgia.

[5] Storytelling é a habilidade de contar histórias utilizando enredo elaborado, narrativa envolvente, e recursos audiovisuais atrativos. A técnica de caráter persuasivo tem o objetivo de vender de forma indireta produtos, serviços ou uma ideia.

[6] O conceito de persona dentro do marketing é a criação de um cliente ideal que atenda às necessidades da marca. Extrapolando esse conceito, a Elis recriada por IA seria uma representação da cantora já falecida que é revivida para servir aos propósitos do comercial não necessariamente refletindo a Elis real.

Existe uma distinção entre nostalgia da mídia e nostalgia mediada. A primeira seria a nostalgia expressa na mídia, tecnologias e práticas da mídia por e para a indústria da mídia. Já a nostalgia mediada pode expressar a nostalgia da mídia, mas também abarca outros tipos de nostalgia, como anseios políticos e sociais (Niemeyer *apud* Santa Cruz e Ferraz, 2018).

A nostalgia também pode ser vista como estilo cultural do qual a indústria da mídia se apropria criando uma estética nostálgica: o uso do preto e branco nas imagens, o tom sépia, os granulados etc. Os equipamentos audiovisuais digitais mais modernos são capazes de mimetizar imagens que parecem terem sido capturadas e feitas de forma analógica, assim as possibilidades de filtros e efeitos são ilimitadas.

Santaella (2024, p. 9) destaca que: "É a linearidade do tempo que sempre esteve na base da noção de progresso que dá sustento ideológico ao capitalismo". Entretanto, a autora reconhece que o meio digital borrou as fronteiras temporais trazendo o tempo não linear. É a contemporaneidade da cultura digital que hoje dita as relações, cada vez mais algoritmizadas (Pariser, 2012), deixando não apenas o futuro em aberto, mas também o passado que "não é algo definitivamente concluído e fixo ao qual podemos recorrer, mas sim, o que acontece tem que se referir ao que aconteceu anteriormente em uma linha vetorial projetada para frente" (Santaella, 2024, p. 9). Dessa forma, só é possível compreender o presente ressignificando o passado e assim projetar o futuro. Portanto, "o passado que relampeja, no instante do perigo presente, é aquilo que a revolução digital poderia ter sido, e que não foi, instalando a humanidade no vórtice de tensões, ambivalências e desafios cruciais" (Santaella, 2024, p. 10).

Contudo, o capital dentro da economia de dados do capitalismo de vigilância (Zuboff, 2020) ultrapassou essa barreira temporal na era pós-moderna, apropriando-se do tempo não linear em prol de uma narrativa de consumo, o consumo da nostalgia. E com o advento da IA, nem a morte é mais uma barreira como nos mostra o comercial "VW 70 anos – Gerações".

IA - entre o medo e o encantamento

A IA foi criada para ajudar as pessoas a tomarem decisões baseadas em dados de forma mais rápida e eficiente. O principal diferencial dessa tecnologia está no aprendizado de máquina, que é a capacidade de um programa se tornar cada vez mais "inteligente" à medida que é treinado pelos humanos em linguagem natural. O *deep learning* como é

chamado esse aprendizado mais avançado trabalha com uma quantidade absurda de dados. As suas redes neurais, inspiradas na biologia, são funções matemáticas formadas por neurônios artificiais que interagem entre si (Kaufman; Santaella, 2020). As autoras explicam que as redes neurais se adequam a problemas distintos e vão evoluindo com o treinamento e aprendizado. Assim,

> O treinamento consiste em mostrar exemplos e ajustar gradualmente os parâmetros da rede até obter os resultados requeridos, denominado aprendizagem supervisionada: são fornecidos os resultados desejados (output) e, por "tentativa e erro", através de atualização iterativa dos pesos, chega-se ao resultado – meta (back propagation). (Kaufman; Santaella, 2020, p. 5).

Na indústria cinematográfica a IA já está presente há algum tempo, ajudando na produção, roteiro, pós-produção e efeitos visuais, além de ser importante também no marketing e divulgação. Então, por que justamente agora ela tem sido questionada, debatida e até temida? Porque a IA acabou se tornando a bola da vez com o uso mais próximo pelas pessoas comuns, "não iniciadas" em tecnologia que veem um app[7], como o ChatGPT (que ficou mais famoso por ser o primeiro a se popularizar), como algo estranho e extraordinário por ser capaz de responder a "qualquer pergunta". Ele funciona quase como um tipo de oráculo de todo o conhecimento acumulado pela humanidade, além de ser capaz de criar textos complexos com base nos prompts[8] fornecidos, utilizando a linguagem natural.

Como essa nova tecnologia está impactando e ainda irá impactar nas nossas formas de aprender, ensinar, criar e trabalhar ainda é uma incógnita. Entre críticos e entusiastas, a IA já é uma realidade presente em nossas vidas e vê-la como realmente é, como uma ferramenta tecnológica que pode e deve ser bem utilizada, é uma forma de desmistificá-la. É natural no ser humano temer o que é desconhecido, o que não consegue compreender.

Santaella (2024) explica que as mudanças promovidas pelo advento dessa nova tecnologia nos colocam em outro lugar, onde tudo é conectado, transformando nosso espaço, nossa ecologia, nossos produtos de consumo e nossos objetos de uso em entidades comunicantes. Ou seja, segundo a autora, o nosso habitat se alterou com a introdução das entidades "não humanas", desafiando nossa ontologia antropocêntrica em prol de um novo

[7] Aplicativo ou programa que pode ser utilizado no computador ou dispositivos móveis, como os smartphones.
[8] Prompts são as orientações fornecidas pelos usuários para que a IA execute a tarefa designada, quanto mais detalhados maior a probabilidade de se alcançar resultados mais relevantes e desejados.

tipo de materialidade transorgânica, uma ecologia informativa. Não temos mais apenas a internet das coisas, mas a internet de todas as coisas (Felice *apud* Santaella, 2024).

Portanto, não é surpresa nos emocionarmos com uma persona criada por IA que evoca sentimentos e mobiliza nossos afetos, trabalhando o arquétipo junguiano da "Mãe"[9], provocando nostalgia em todas as gerações, em especial nos potenciais consumidores do produto oferecido pela marca.

Reencontro entre mãe e filha mediada pela IA

No comercial "VW 70 anos – Gerações", a IA foi usada para recriar de uma forma bastante realista a cantora Elis Regina, falecida em 19 de janeiro de 1982, em imagem, gestos e voz. A ferramenta foi bem utilizada e eficaz, pois apenas um olhar bem apurado e detalhista é capaz de identificar que não se trata de uma pessoa real e sim uma imagem gerada pela IA.

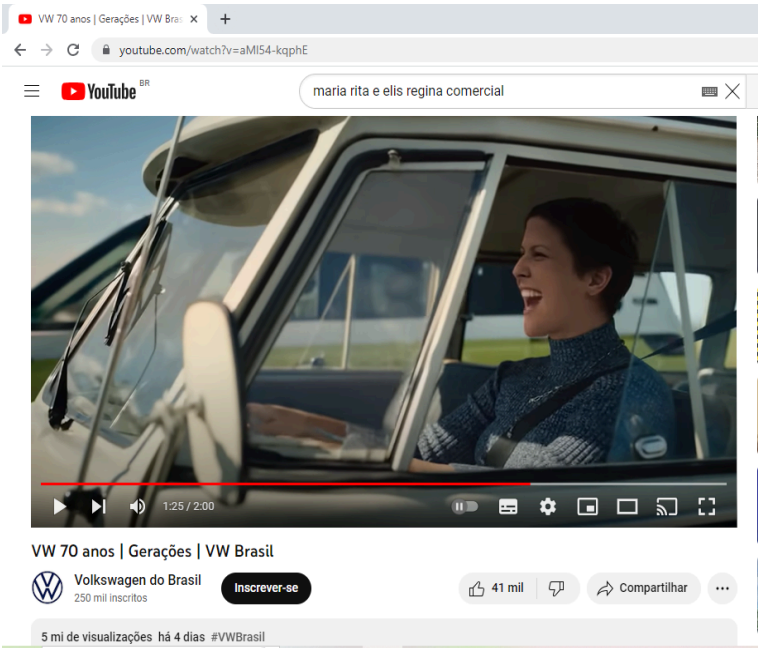
Mas não é a primeira vez que a tecnologia de edição de imagens é utilizada para unir pais (já falecidos) e filhos. A também cantora Natalie Cole gravou um dueto com seu pai, já falecido, o cantor de jazz Nat Cole. A música *Unforgettable* (original de 1951) rendeu à cantora, no ano de 1992, três prêmios Grammy. A novidade está em não utilizar uma imagem preexistente, já gravada, da pessoa e sim recriá-la digitalmente pela IA possibilitando que execute novas ações e atuações em cena da forma mais realista possível, como podemos observar na Figura 1.

Por ser um vídeo comemorativo, seu objetivo é a celebração com uma narrativa emotiva que conecta a marca e seus produtos (veículos) de forma afetiva à vida cotidiana das pessoas ao longo do tempo, passando pelas gerações, tendo como trilha sonora a canção *Como Nossos Pais*, composta por Belchior em 1976, cantada por Maria Rita e Elis Regina (recriada digitalmente pela IA).

O vídeo traz elementos que remetem à nostalgia, traçando paralelos entre as vidas de pais e filhos, mostrando como a marca e seus veículos fizeram e fazem parte de suas histórias de vida e suas lembranças afetivas.

[9] Os arquétipos junguianos são símbolos, imagens e padrões de comportamento universais do inconsciente coletivo que são utilizados para explicar a psiquê humana. O arquétipo da "Mãe", no seu lado positivo, evoca fertilidade, nutrição, conforto, proteção, cuidado e acolhimento (Jung, 2008).

Figura 1 - Comercial “VW 70 anos – Gerações” com uso de IA



Fonte: YouTube, Canal Volkswagen do Brasil. 3 jul. 2023. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=aMl54-kqphE. Acesso em: 08 jul. 2023.

A música contribui ainda mais para o clima emotivo, especialmente pela letra que ressalta uma ideia de continuidade, de tradição, de legado passado de pais para filhos, construindo uma memória coletiva afetiva ligada à marca, destacando-se no refrão: “ainda somos os mesmos e vivemos como os nossos pais”, a imagem do cantor também aparece em cena na camiseta de um dos figurantes (Figura 2).

Figura 2 – Comercial “VW 70 anos – Gerações” com uso de IA



Fonte: YouTube, Canal Volkswagen do Brasil. 3 jul. 2023. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=aMl54-kqphE. Acesso em: 23 jan. 2025.

A textura das imagens também marca a temporalidade, mostrando nas cenas do passado com os efeitos granulados e pequenos defeitos (analógicos), como na Figura 3, que são cuidadosamente compostos com as cenas em Full HD quando mostram os dias atuais.

Figura 3 – Comercial "VW 70 anos – Gerações" com uso de IA



Fonte: YouTube, Canal Volkswagen do Brasil. 3 jul. 2023. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=aMl54-kqphE. Acesso em: 23 jan. 2025.

A abertura com plano panorâmico com céu azul é emblemática, onde os dois veículos Kombi dirigidos por mãe e filha seguem em paralelo numa estrada idílica, sem buracos, percalços ou problemas, pois está situada no tempo mítico (Candau, 2011), atemporal, na Figura 4.

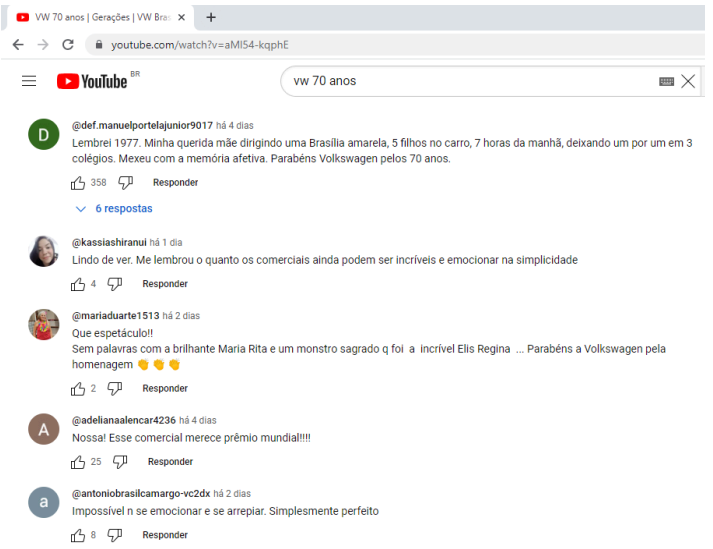
Figura 4 - Comercial "VW 70 anos – Gerações" com uso de IA



Fonte: YouTube, Canal Volkswagen do Brasil. 3 jul. 2023. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=aMl54-kqphE. Acesso em: 26 set. 2024.

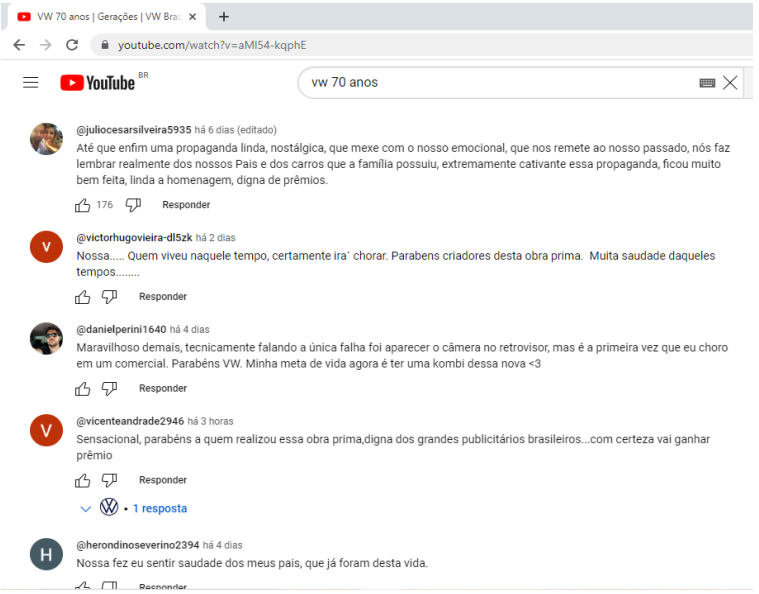
O comercial “VW 70 anos – Gerações” cumpre a sua função de emocionar e mobilizar a nostalgia e os afetos de quem o assiste, como se pode observar nesta pequena seção de comentários que segue, com destaque para o primeiro (Figura 5), onde o seguidor diz o comercial evocou as memórias afetivas de sua infância.

Figura 5 - Seção de comentários do comercial “VW 70 anos – Gerações” com uso da IA



Fonte: YouTube - Canal Volkswagen do Brasil. 3 jul. 2023. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=aMl54-kqphE . Acesso em: 10 jul. 2023.

Figura 6 - Seção de comentários do comercial “VW 70 anos – Gerações” com uso da IA



Fonte: YouTube - Canal Volkswagen do Brasil. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=aMl54-kqphE. Acesso em: 10 jul. 2023.

Podemos constatar que a maioria dos comentários, presentes nas Figuras 3 e 4, evoca o sentimento de nostalgia e lembranças do passado, assim como tece elogios ao comercial e à marca. A única crítica está presente num aspecto técnico do vídeo, a imagem do cinegrafista que teria aparecido no retrovisor do veículo e não ao conteúdo narrativo ou simbólico apresentado em cena. Apesar do passado da montadora como apoiadora do regime civil-militar de 1964 não ser exatamente um segredo. Muito pelo contrário, foi objeto de matérias jornalísticas e até de trabalhos e artigos científicos, isso não aparece nas páginas de comentários sobre o vídeo. No entanto, por se tratar de canal oficial da marca, comentários contrários podem ter sido simplesmente bloqueados ou eliminados.

Do ponto de vista técnico, o comercial é bem produzido, com uma edição primorosa, que cumpre bem a sua função, com um *storytelling* envolvente e emocionante. Contudo, a escolha da marca, apoiadora confessa da ditadura de 1964, em eleger para o seu vídeo comemorativo uma artista e uma música que possuem uma carga simbólica forte de resistência ao totalitarismo brasileiro acaba provocando uma dissonância cognitiva e questionamentos sobre o desrespeito à sua memória e ao seu legado. E isso não passou tão despercebido assim.

O passado ultradireitista da Volkswagen

Em seu artigo “A Volkswagen e a ditadura: a colaboração da montadora alemã com repressão aos trabalhadores durante o regime civil-militar brasileiro”, Silva, Campos e Costa (2022) atestam documentalmente e através de depoimentos desses trabalhadores a colaboração ativa da marca com o regime ditatorial brasileiro. Os autores traçam uma linha do tempo mostrando que a Volkswagen, empresa alemã, foi criada dentro do regime nazista na Alemanha na década de 1930 com o propósito de criar um “carro para o povo”.

Os autores mostram que desde sua chegada ao Brasil em 1953, sua primeira filial fora da Alemanha, a Volkswagen teve direito a privilégios fiscais, vantagens econômicas e trabalhistas para sua implantação sob a justificativa de trazer progresso e gerar empregos no nosso país. Além de apoiar o regime ditatorial brasileiro, a empresa vigiou, denunciou seus próprios funcionários e até cedeu suas instalações para o terrorismo de Estado com a prática de prisões e torturas (Silva; Campos; Costa, 2022).

Nem a própria montadora tem como negar o seu passado colaboracionista, pois em 2020 fez um acordo com Ministério Público Federal (MPF) comprometendo-se a ressarcir em cerca de R$ 36 milhões seus ex-funcionários que sofreram violações dos direitos humanos durante o regime civil-militar, além de financiar projetos de memória, pesquisa e fundos dedicados a questões relacionadas a violências cometidas nesse período (Silva; Campos; Costa, 2022). Porém, o Termo de Ajustamento de Conduta (TAC) não atendeu a todas as demandas das vítimas e seus descendentes, em especial, pela criação de um "Lugar de Memória das Lutas dos Trabalhadores", algo ainda inexistente no Brasil.

Jelin (2002) faz uma comparação pertinente entre o trabalho das memórias traumáticas da ditadura em países latino-americanos, como Brasil e Argentina. Enquanto na Argentina houve um efetivo trabalho de enfrentamento do passado, com o julgamento e a punição dos culpados promovendo uma reelaboração dessa memória traumática. No Brasil, a Lei da Anistia (Lei n° 6.683), sancionada pelo presidente João Batista Figueiredo, o último do regime civil-militar, em 28 de agosto de 1979, pretendia uma reconciliação nacional com a posterior redemocratização. Mas deixou traumas encobertos e questões não resolvidas que vieram à tona com a eleição do ultradireitista Jair Bolsonaro (período 2018-2022). Grande parcela da sociedade brasileira foi envolvida pelo revisionismo histórico, pela nostalgia dos tempos não vividos da ditadura como um lugar/tempo/espaço sem corrupção, o que, obviamente, não corresponde à realidade histórica brasileira. A Comissão da Verdade, instituída pela Lei 12.528/2011, de 16 de maio de 2012, foi uma tentativa de reelaboração dessa memória traumática que acabou não acontecendo. A iniciativa foi suspensa com o afastamento da presidenta Dilma Rousseff que sofreu um impeachment acordado entre o Congresso Nacional, setores da direita e detentores do poder econômico.

A memória traumática, segundo Jelin (2002), provoca um sofrimento coletivo e social, que há um sentido político nas catástrofes sociais, como os períodos de guerras, violência política e o terrorismo de Estado. Para a autora, o tempo da memória não é linear, portanto, a experiência do passado no presente acaba condicionando o futuro em construção. O passado é o espaço da experiência, o futuro um horizonte de expectativas e o presente é a intersecção entre passado e futuro, um espaço vivo da cultura (Jelin, 2002; Ricoeur, 2007).

A memória, por ser um espaço da experiência no presente, tem a lembrança incorporada de maneira dinâmica, que pode ser modificada, pois as vivências se sobrepõem e influenciam umas às outras (Jelin, 2002). Assim, de acordo com as experiências

incorporadas, o passado pode se condensar ou se expandir em processos de significação e ressignificação, de forma que os sujeitos se movem e se orientam (ou se desorientam) entre "futuros passados", entre "futuros perdidos" ou entre "passados que não passam" (Jelin, 2002), num presente que tem que se aproximar e se afastar simultaneamente do passado como espaço de experiência e do futuro como horizonte de expectativas.

Para a autora, os trabalhos da memória propiciam a mudança de sentidos que se alteram no diálogo com os outros, compartilhando ou confrontando experiências e expectativas. Sem deixar de lado os processos históricos, conjunturas e cenários sociais e políticos que também produzem mudanças. Há então uma multiplicidade de tempos, sentidos, de atores e de processos que trazem toda essa complexidade à memória. Num processo de memória ativa, Jelin (2002) nos convida a superar os abusos da memória ao tomar distância do passado para aprender a recordar. Por isso é importante repensar a relação entre memória e política e também entre memória e justiça, segundo a autora.

Jelin (2002) ressalta ainda que os processos de memória não podem acontecer em indivíduos isolados e sim quando estão inseridos em redes de relações sociais, em grupos, instituições e culturas. Ou seja, são os indivíduos que se lembram, mas dentro de seus contextos sociais e de grupo específicos, pois sem os marcos seria impossível nos lembrarmos. Jelin (2002) retoma o pensamento de Ricoeur (2007) sobre a força dos rituais e comemorações sobre a memória. A celebração dos 70 anos da marca VW no Brasil é um exemplo disso.

O que vale a pena lembrar e esquecer

Ricoeur (2007) destaca a importância da lembrança e do esquecimento na construção da memória, tanto histórica quanto identitária. O autor pontua os usos e abusos da lembrança e do esquecimento em prol de uma política de justa memória que traz os sentidos de verdade, justiça, perdão e reconciliação que resultaria numa memória apaziguada e feliz. No entanto, na realidade a memória está sempre em disputa, numa eterna luta contra o esquecimento, os abusos e os silenciamentos. Ricoeur (2007) apresenta também os conceitos de memória artificial (memorização) e memória natural (rememoração).

O autor diz que os acontecimentos fundadores geralmente são marcantes por estarem associados a momentos traumáticos, como guerras, rupturas, revoluções etc.

Ricoeur (2007) divide os abusos da memória em três categorias: a) nível psicológico; b) nível prático; e c) nível ético. A primeira categoria, nível psicológico, refere-se à memória individual, traumas, patologias, compulsão de repetição. A segunda, nível prático, trata-se da memória manipulada pelos detentores do poder em demandas e reivindicações identitárias, são expressões públicas do fenômeno da ideologia para um processo de legitimação de seus sistemas de autoridade, utilizando seleções úteis e mediações culturais para atingir seus propósitos. Já a terceira, nível ético, aborda a memória obrigada, como dever de se lembrar em oposição ao esquecimento.

De acordo com os autores, é impossível nos lembrarmos de tudo e o esquecimento é muitas vezes necessário e até desejável para construção das nossas memórias históricas e identitárias. É comum ouvirmos na rua, no boteco, numa roda amigos, nas redes sociais, uma frase que já até se tornou um dito popular no Brasil de que “o brasileiro não tem memória”. Será? O que realmente nos lembramos do nosso passado e o que fomos obrigados a esquecer? Muitos podem ter se esquecido, mas como bem nos lembra Candau (2011), as memórias fortes resistem. As lembranças daqueles que sofreram nos porões da ditadura civil-militar brasileira permanecem. Mesmo que os comentários no vídeo possam ter sido apagados ou silenciados, filmes, fotografias, matérias jornalísticas, artigos de opinião e artigos científicos mantêm essa memória viva. Um exemplo é o artigo de Thiago Amparo (2023) para a Folha de S. Paulo, postado no site do jornal no Portal de notícias Uol.

Com o sugestivo título de “Por trás da deepfake da Elis. Apresentar dúvidas em torno da IA, faz de nós, humanos”, o artigo de opinião foi escrito em tom crítico e utilizando uma paródia da música de Belchior como estilo de escrita. Nele, o autor questiona especificamente o uso da tecnologia da IA para recriar a imagem de uma cantora que foi claramente contrária ao regime ditatorial brasileiro (1964-1985) justamente para um comercial comemorativo de uma empresa que foi apoiadora do regime.

O autor do artigo de opinião, Thiago Amparo (2023) levanta o questionamento sobre o que a própria Elis pensaria desse uso da sua imagem, se sua memória e sua história não teriam qualquer relevância diante da autorização de seus herdeiros. Um trecho do artigo de opinião é especialmente emblemático: “Preservar a memória é melhor do que sonhar. Eu sei que se emocionar é uma coisa boa, mas também sei que qualquer imagem é menor do que a vida de qualquer pessoa, mesmo no país que faz da amnésia o seu hino nacional.” (Amparo, 2023, online). Mais uma vez vemos a máxima de que o Brasil e o brasileiro não têm

memória, de que não há no país um espaço memorial para aqueles que sofreram e/ou morreram sob o regime ditatorial civil-militar de 1964.

Embora o artigo de opinião de Amparo (2023) seja interessante como ponto de partida, ele fica na superfície da discussão ao colocar a IA como a vilã, quando na realidade ela não passa de uma ferramenta, um mero instrumento de outras forças e outros interesses do capitalismo de vigilância (Zuboff, 2020) que se ocultam por trás um comercial com inegável qualidade técnica e estética, cujo apelo emocional nostálgico e cenas comoventes evocam memórias afetivas em quem o assiste. O que temos a obrigação de problematizar é como a nostalgia, como produto de consumo simbólico (Santa Cruz; Ferraz, 2018), tem o poder de produzir narrativas que silenciam o que Ricoeur (2007) chama de justa memória. A memória no seu sentido político é um exercício, como bem coloca o autor. Para conter seus abusos, silenciamentos e apagamentos, é importante trabalhar e reelaborar nossas memórias históricas e identitárias (Jelin, 2002, Ricoeur, 2007, Candau, 2011) sem medo de abrir os porões do passado e jogar luz sobre tudo que ficou oculto durante tanto tempo na história recente do Brasil.

Vale ressaltar que a IA não é uma "inteligência" que pensa por si, pois depende de pessoas que pensem por trás dela, que a programem com propósitos e objetivos definidos. É possível construir narrativas e discursos cada vez mais críveis com a IA? Sim, porque dentro do ambiente digital, os simulacros[10] e as representações têm o seu peso e influência na construção da realidade percebida. Porém, não há nada absoluto, uma vez que todos nós sabemos que a Elis da IA não é a Elis real, morta em 1982, ela é uma persona, não uma pessoa. Isso nos leva a questionar até que ponto a história pessoal e o legado de alguém falecido pertence a ela ou aos seus herdeiros. É difícil imaginar o que a Elis real pensaria hoje porque o tempo histórico que ela viveu era outro, então fazer qualquer juízo de valor seria quase um exercício de especulação. Afinal, as pessoas vivas mudam conforme vão vivendo, assim como as suas memórias vão sendo ressignificadas, no tempo e no espaço, por meio das suas experiências vivenciadas. Portanto, a única certeza que temos é que, como diz a música: "o novo sempre vem", estejamos prontos para ele ou não.

[10] Para Jean Baudrillard (1991) os simulacros são cópias que representam os elementos que não existem ou não possuem mais representação na realidade.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Para finalizar este artigo, mais do que esgotar temas tão polêmicos e polissêmicos, é preciso refletir sobre eles. O uso da IA na criação de personas a partir de pessoas reais já falecidas, o consumo da nostalgia como um produto simbólico, a dinâmica e a hierarquia das narrativas nas mídias digitais e a construção das nossas memórias, histórica e identitária enquanto brasileiros, são questões que podem e devem ser postas em debate no campo científico da Comunicação. Para, dessa forma, trazer mais discussões, entendimento e esclarecimentos sobre o nosso papel como comunicólogos, estudiosos da comunicação e cidadãos brasileiros.

Agora, mais do que nunca é necessário ter a coragem de olhar para o nosso próprio passado, trabalhar nossas memórias traumáticas (Jelin, 2002), reelaborando-as no tempo presente. Só assim poderemos olhar para o horizonte e para o futuro que desejamos construir, longe de silenciamentos e apagamentos de partes importantes da nossa história (Ricoeur, 2007; Candau, 2011). Nem o passado mítico, envolto numa nostalgia irreal nem a distopia de um futuro ameaçador. Assim deixamos a questão aberta ao debate, pois as mudanças tecnocomunicacionais contemporâneas estão postas, discuti-las dentro e fora do mundo acadêmico é primordial para que não deleguemos a construção das nossas memórias identitárias, sociais e históricas aos detentores do poder hegemônico e às gigantes da tecnologia e também para podermos aproveitar e explorar o potencial dessas ferramentas tecnológicas de ponta do jeito correto nos mais diversos campos dentro da sociedade, como na comunicação, na educação e no trabalho.

REFERÊNCIAS

AMPARO, Thiago. Por trás do deepfake da Elis. Apresentar as dúvidas éticas em torno da IA faz de nós, humanos e não máquinas. **Folha de S. Paulo on-line**, Portal Uol. Disponível em: https://www1.folha.uol.com.br/colunas/thiago-amparo/2023/07/por-tras-do-deepfake-da-elis.shtml. Acesso em: 10 jul. 2023 (restrito para assinantes).

BAUDRILLARD, Jean. **Simulacros e Simulação**. Lisboa: Antropos, 1991.

CANDAU, Jöel. **Memória e identidade**. Trad. Maria Letícia Ferreira. São Paulo: Editora Contexto, 2011.

FOUCAULT, Michel. **A arqueologia do saber**. Rio de Janeiro: Forense, 1986.

FOUCAULT, Michel. **Microfísica do poder**. Trad. de Roberto Machado. Rio de Janeiro: Edições Graal, 1979.

FUCHS, Christian. Mídias sociais e a esfera pública. **Contracampo**, v. 34, n. 3, p. 5-80, 2015.

JELIN, Elizabeth. **Los trabajos de la memoria**. Madrid y Buenos Aires: Siglo XXI Editores, 2002.

JUNG, Carl Gustav. **Os Arquétipos e o Inconsciente Coletivo**. 6. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008.

KAUFMAN, Dora; SANTAELLA, Lucia. O papel dos algoritmos de inteligência artificial nas redes sociais. **Revista FAMECOS**, Porto Alegre, v. 27, p. 1-10, jan.-dez. 2020. e-ISSN: 1980-3729. ISSN-L: 1415-0549.

MALINI, Fábio. Um método perspectivista de análise de redes sociais: cartografando topologias e temporalidades em rede. GT Comunicação e Cibercultura do XXV Encontro Anual da Compós da Universidade Federal de Goiás. **Anais**. Goiânia, 2016.

PARISER, Eli. **O filtro invisível**: o que a internet está escondendo de você. Trad. Diego Alfaro. 1 ed. Rio de Janeiro: Ed. Zahar, 2012.

PENAFRIA, Manuela. Análise de filmes - conceitos e metodologia(s). **VI Congresso Sopcom**, v. 6, p. 1-11, 2009.

RICOEUR, Paul. **A memória, a história, o esquecimento**. Campinas, SP: Editora Unicamp, 2007.

SANTA CRUZ, Lucia; FERRAZ, Talitha. (org.) **Nostalgias e mídia**: no caleidoscópio do tempo. Rio de Janeiro: E-Papers, 2018.

SANTAELLA, Lucia. Diagnóstico do contemporâneo. **Estudos Avançados** [on-line]. 2024, v. 38, n. 110. Disponível em: https://www.scielo.br/j/ea/a/TjS86KgVp38fgrqC8BcqnPG/. Acesso em: 19 jul. 2024.

SILVA, Marcelo Almeida de Carvalho; CAMPOS, Pedro Henrique Pedreira; COSTA, Alessandra. A Volkswagen e a ditadura: a colaboração da montadora alemã com a repressão aos trabalhadores durante o regime civil-militar brasileiro. **Revista Brasileira de História**. São Paulo, v. 42, n. 89, p. 141-164, 2022. http://dx.doi.org/10.1590/1806-93472022v42n89-08

VOLKSWAGEN DO BRASIL. VW 70 anos / Gerações / VW Brasil. YouTube, 3 jul. 2023. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=aMl54-kqphE . Acesso em: 10 jul. 2023.

ZUBOFF, Shoshana. **A era do capitalismo de vigilância**: a luta por um futuro humano na nova fronteira do poder. Tradução de George Schlesinger. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2020.

O(s) autor(es) é(são) responsável(is) pela fidedignidade dos dados apresentados.

IDENTIDADE GORDA: A CONSTRUÇÃO DA PERSONAGEM KATE EM *THIS IS US*

Bianca Lima Xavier[1]
Lara Lima Satler[2]

RESUMO

Este artigo explora a construção da personagem Kate Pearson da série *This Is Us* (2016) por meio do método de constelação fílmica da pesquisadora Mariana Souto (2020), abordando como a narrativa reflete a relação com seu corpo gordo. A pesquisa analisa como a identidade de Kate é constituída, desafiando estereótipos e propondo uma discussão sobre aceitação e autoimagem. Ao investigar os vínculos entre suas experiências pessoais e sociais, o estudo revela a complexidade da personagem.

Palavras-chave: Corpo gordo; This is Us; Identidade; Constelação fílmica; Gordofobia.

FAT IDENTITY: THE CONSTRUCTION OF THE CHARACTER KATE IN THIS IS US

ABSTRACT

This article explores the construction of the character Kate Pearson from the series This Is Us (2016) through the filmic constellation method by researcher Mariana Souto (2020), addressing how the narrative reflects her relationship with her fat body. The research analyzes how Kate's identity is constructed, challenging stereotypes and proposing a discussion on acceptance and self-image. By investigating the links between her personal and social experiences, the study reveals the complexity of the character.

Keywords: Fat body; This Is Us; Identity; Film constellation; Fatphobia.

INTRODUÇÃO

Esta análise faz parte de uma pesquisa realizada na Universidade Federal de Uberlândia, que teve como tema: *This is Us e o corpo gordo: a construção da personagem Kate Pearson.* Como um recorte da pesquisa, este trabalho visa destacar a narrativa associada à construção da identidade da personagem, de modo a refletir sobre as práticas comunicativas relacionadas ao corpo gordo feminino na contemporaneidade.

O corpo é a ferramenta que utilizamos para nos conectar e interagir com o mundo, sendo uma parte fundamental da nossa identidade e, por meio dele, experimentamos

[1]Bolsista CAPES. Estudante de Mestrado em Comunicação da Faculdade de Informação e Comunicação da Universidade Federal de Goiás (FIC/UFG), e-mail: biancaxavier@discente.ufg.br.
[2]Bolsista CNPq. Professora do Curso de Publicidade e Propaganda da Faculdade de Informação e Comunicação da Universidade Federal de Goiás (FIC/UFG), e-mail: lara_lima_satler@ufg.br.

diferentes tipos de relações interpessoais. Contudo, embora exista uma variedade de formas coexistindo em sociedade, frequentemente há uma expectativa de que elas se alinhem a certas normas culturais estabelecidas, ou seja, respeitem o padrão pré-estabelecido. Esses ideais de beleza influenciam como as pessoas se veem e são vistas pelos outros, alimentando a pressão estética. Quanto ao corpo gordo, se lança um desafio ainda maior, pois para além dessas expectativas irreais da imagem, ele também precisa lidar com o preconceito, a estigmatização e, principalmente, com a falta de acesso a direitos básicos, configurando o que chamamos de *gordofobia*.

Na contemporaneidade, o corpo gordo, especialmente o feminino, é tido como desobediente e indisciplinado, pois vai contra o projeto de vida de um sistema capitalista, patriarcal, colonial e heteronormativo para a conformação dos corpos das mulheres (Arruda; Miklos, 2020). Isso se manifesta de maneira visível em vários aspectos da vida cotidiana, desde a falta de mobiliário adequado para pessoas gordas em espaços públicos e privados, como consultórios médicos, aviões e restaurantes, até a dificuldade de encontrar roupas que sirvam nas lojas de vestuário, limitando as opções e aumentando a sensação de exclusão. Além disso, o preconceito presente em consultórios médicos, onde qualquer problema de saúde tende a ser atribuído automaticamente ao peso, demonstra um desrespeito pela complexidade dos diagnósticos individuais e desconsidera o impacto emocional dessas abordagens.

A mídia, por consequência, reproduz muitos desses discursos, apresentando uma representação de corpos gordos frequentemente negativa ou estereotipada, o que reforça estigmas e contribui para uma autoimagem prejudicial. Para Naumi Vasconcelos, Iana Sudo e Nara Sudo (2004, p. 66), a mídia se trata de um canal de informação e reprodução de uma prática discursiva, logo ideológica, socializa os fatos e normas e atua como um agente organizador do espaço social, ocupando, portanto, um papel central para a consolidação dessas representações que passam, então a assumirem um caráter coletivo normalizador na constituição de uma identidade e subjetividade específicas.

Durante a adolescência, esta pesquisadora, como tantas outras mulheres, foi exposta a uma quantidade enorme de conteúdos que retratavam pessoas gordas de forma negativa, reforçando estereótipos prejudiciais e promovendo a ideia de que o corpo gordo era algo a ser corrigido. Isso nos levou a crescer com uma tendência a rejeitar nossos próprios corpos sempre que eles não correspondiam ao ideal de magreza. Agora, com mais maturidade e

uma compreensão mais clara do papel da mídia na disseminação e validação de padrões e comportamentos, passamos a analisá-la de maneira mais crítica, avaliando como ela constrói e perpetua discursos sobre o corpo gordo.

É importante destacar a gordofobia como sendo um fenômeno de diversas faces, indo além da estética e aparência física, materializando-se como uma questão social, de classe, de acesso, de capital, de gênero, de raça, entre outras intersecções importantes. Há também a indistinta relação entre o tamanho do corpo e o ideal de saúde sustentado, em grande medida, pelas áreas médicas. Diante disso, apenas analisar as inúmeras formas que a gordofobia se manifesta na mídia, reforçando os estigmas e as violências, mas não apresentar as outras configurações dada ao corpo gordo pela mesma, parece-nos incoerente. Assim, optamos por explorar o tema também em sua potência transformadora, fazendo uso de uma personagem gorda da ficção para analisar as disputas, tensões e outras construções possíveis em torno dessa questão.

Vale ressaltar que a não utilização de termos como “corpo obeso” e “obesidade” na construção do presente trabalho foi uma escolha da própria autora. Reivindicando o espaço de pesquisadora, assumimos a decisão política de confrontar a perspectiva do corpo gordo e do corpo obeso enquanto sendo sinônimos, pensando a dualidade entre *saúde x forma física*. Em outras palavras, compreendemos que a associação da pessoa gorda à obesidade perpassa uma patologização desse corpo nem sempre verificada.

Diante desse contexto e das normas sociais que cercam o tema, é evidente que a gordofobia ainda é um fenômeno pouco discutido pela sociedade. Muitas vezes, passa despercebido, embora impacte a vida de muitas pessoas diariamente. A mídia desempenha um papel crucial nesse cenário, servindo como um espaço para (re)significação, onde pode promover discussões e influenciar comportamentos por meio das narrativas que escolhe destacar. Por isso, trabalhar temas como a gordofobia é importante para reconhecer uma minoria frequentemente negligenciada, tanto social quanto midiaticamente e no campo acadêmico, iluminando as questões enfrentadas por pessoas gordas e oferecendo novas perspectivas e contribuições ao debate.

Isso posto, construímos o presente trabalho tendo como objetivo principal analisar como a personagem Kate da série estadunidense *This is Us* (2016) constitui sua identidade enquanto uma mulher gorda. Para perceber o desenvolvimento da narrativa, utilizamos o método da constelação fílmica, trabalhado pela pesquisadora Mariana Souto (2020), e que

visa investigar as possibilidades de associação entre obras, apreendendo a dinâmica e comparando as diferenças e as conexões entre elas. Seu objetivo principal é a observação e a escuta atenta dos objetos, guiadas pela força da empiria e orientadas pela relação do pesquisador com o tema. Diferente de outras metodologias, a constelação fílmica não prevê uma sistematização prévia, de forma que a análise vai sendo construída intuitivamente, emprestando-se de obras que façam ou tenham alguma relação com a discussão principal.

Neste trabalho, trazemos a primeira temporada de *This is Us* como o objeto principal de análise, sendo a estrela maior da constelação. Para aprofundar as discussões, constelamos episódios das outras cinco temporadas da série, considerando que, embora façam parte de uma mesma obra, oferecem nuances importantes para a compreensão da construção e evolução da personagem Kate. Reconhecemos a proposta de Souto de constelação fílmica como um exercício de associação entre obras distintas; entretanto, optamos por constelar dentro da própria série. Isso se justifica pela robustez das ficções seriadas, que nos permite explorar com profundidade uma única personagem ao longo de várias temporadas, sem, no entanto, perder o foco e a coerência necessários dentro dos limites do espaço deste artigo.

Isso posto, estruturamos este trabalho da seguinte maneira: primeiramente, trazemos um pouco sobre a metodologia utilizada, entendendo que é uma proposta recente e, portanto, carece de cuidado ao ser trabalhada; em seguida, fazemos uma breve revisão do conceito de *identidade* para guiar o tópico seguinte— a construção da personagem na série; por fim, trazemos as considerações finais, destacando o papel da comunicação na construção de identidades mais positivas.

METODOLOGIA: CONSTELAR PARA COMPREENDER

Em um primeiro momento, para mapear os episódios nos quais a personagem Kate possui maior tempo de tela, contamos com o auxílio dos mecanismos de busca (*Google*) e da inteligência artificial (*Chat GPT*). Também dialogamos com espectadores do nosso ciclo social que se lembraram de cenas marcantes envolvendo a personagem, assim, chegamos a um corpus de cerca de 21 episódios em todas as seis temporadas. Contudo, buscando a verificabilidade das informações, optamos por rever todos os 106 episódios da série, priorizando o tempo de tela da personagem Kate e descrevendo os principais acontecimentos envolvendo suas intérpretes. Assim, durante duas semanas, reunimos os

dados que podem ser observados no apêndice 1 do trabalho original[3], os quais também serão utilizados na análise a seguir.

Como metodologia, optamos por realizar uma constelação fílmica, segundo o modelo proposto por Souto (2020). A pesquisadora constrói o método como uma forma de associar obras distintas, apreendendo a dinâmica e a conexão entre elas, ou seja, percebendo os objetos como interagentes entre si e, a partir daí, poder tecer relações de afinidade, estranhamento, amizade, semelhança ou diferença.

> Partimos do pressuposto de que os filmes são como substâncias que, só quando aproximadas, saberemos como se comportarão: uns se fundem, outros se repelem como água e óleo; uns explodem ao contato, outros mudam de estado físico; e há ainda os que não reagem. Como obras que se atualizam a cada novo confronto com a imaginação e a memória de seu espectador, os filmes são objetos vivos cujas ideias variam ao sabor do tempo e do espaço sem, todavia, abdicar de sua autonomia no mundo. (Souto, 2020, p. 154)

Dessa forma, neste método, duas questões se colocam com igual importância: a relação dos pesquisadores com os objetos e a relação que se produz dos objetos entre si. Isso é: as constelações emergem de uma concepção relacional, que vê diálogos, tensões e afinidades entre as obras, em uma ligação feita pelo próprio observador. Nessa dinâmica, prevalece uma questão de perspectiva, a partir do olhar humano localizado, que prevê determinado ângulo de observação e que tem como base as projeções mentais e o repertório de objetos conhecidos pelo autor (Souto, 2020).

Ainda segundo a pesquisadora (2020, p. 156), "constelar é uma forma de produzir chaves de leitura, de produzir um sentido a partir de sua visão em uma teia de relações. O objeto se abre quando ganhamos consciência da constelação na qual se encontra". Isso posto, definimos no presente trabalho, a primeira temporada da série *This is Us* como sendo o produto principal, ou seja, como a estrela maior de uma constelação, e as cinco temporadas subsequentes como estrelas menores — produtos auxiliares. Essa dinâmica, visa estabelecer a constelação de episódios da segunda até a sexta temporada que toquem em questões fundamentais à primeira, como se para analisar o desenvolvimento da personagem Kate ao longo da trama.

Tendo isso em vista, definimos como operador analítico a identidade, pincelando as situações e questões identificadas como mais importantes para compreender a relação da

[3]As transcrições dos episódios podem ser consultadas a partir da página 93 da pesquisa original. Disponível em: https://repositorio.ufu.br/bitstream/123456789/38696/1/Thipdf.sIsUs. Acesso em: 03 nov. 2024.

personagem consigo mesma — o que também perpassa sua relação com a comida, com a atividade física, com o trabalho, além, é claro, das suas relações interpessoais. Importante destacar que esse operador emerge após pesquisa exploratória, ou seja, depois de uma observação atenta da série feita pela própria autora que identificou essas questões centrais na construção da personagem.

Sobre a obra, é importante destacar algumas informações. *This is Us* é uma série de televisão estadunidense originada pela emissora NBC e criada pelo roteirista Dan Fogelman. Finalizada em maio de 2022, a produção contém 6 temporadas e 106 episódios (THIS IS US, 2023a). Orientado no gênero drama, o seriado segue a vida da família Pearson, contando a história de três irmãos — Kate, Kevin e Randall — e suas relações com seus pais — Jack e Rebecca —, assim como suas próprias famílias e relacionamentos. A série usa uma estrutura narrativa não linear, alternando entre diferentes momentos da vida dos personagens, desde o nascimento dos irmãos até o presente, mostrando como suas vidas se entrelaçam e como seus passados os moldaram. Além disso, aborda temas como amor, família, amizade, carreira, saúde mental, racismo, preconceito, gordofobia, adoção, entre outros.

Durante os seis anos de exibição, This is Us foi amplamente elogiado pela crítica, levando prêmios importantes como o Emmy Awards de Melhor Roteiro em Série Dramática para o episódio 'Piloto' em 2017 e o Critics' Choice Awards de Melhor Série Dramática em 2018, além de importantes estatuetas para atores do elenco, a citar o prêmio de Melhor Ator em Série Dramática do Golden Globe Awards (2018) para Sterling K. Brown, o intérprete adulto do Randall (THIS IS US, 2023a).

Embora This is Us apresente inúmeras problemáticas a serem exploradas, para os fins desta pesquisa, a atenção será voltada para a personagem Kate, a irmã do meio da família Pearson. Isso porque, apesar de existirem outros personagens que também enfrentam questões relacionadas ao corpo, Kate é a que recebe maior visibilidade, sendo inclusive o corpo gordo o arco central da personagem em muitos episódios. Isso posto, temos, aqui, o primeiro critério de exclusão/inclusão do corpus de análise.

IDENTIDADE: UMA CONSTRUÇÃO (DO) SOCIAL

Antes de mais nada, é importante percebermos a forma como o ser humano vê e é visto pelo mundo. A essa existência no espaço-tempo e à forma como ela é sentida pelos demais, Stuart Hall (1996) dá o nome de identidade. Para o autor, essa definição não têm a

ver somente com as questões ‘quem nós somos’ ou ‘de onde nós viemos’, “mas muito mais com as questões ‘quem nós podemos nos tornar’, ‘como nós temos sido representados’ e ‘como essa representação afeta a forma como nós podemos representar a nós próprios’” (Hall, 199, p. 109).

Entendemos que a identidade é formada na interação do eu com a sociedade, isto é, através de atributos históricos, sociais, culturais e psicológicos produzidos na coletividade, o indivíduo se identifica e é identificado de determinada forma. Nesse sentido, “como, e por quem, diferentes tipos de identidades são constituídos e com quais resultados, são questões que não podem ser elaboradas em linhas gerais abstratas: estão estritamente relacionadas a um contexto social” (Castells, 2018, p. 58).

Hall (1997) entende que os sujeitos utilizam os discursos para interpretarem a si mesmos e ao se reconhecer neles, acabam por produzi-los. Assim, os sujeitos passam a entender e explicar o mundo a partir desse regime de verdade.

> É precisamente porque as identidades são construídas dentro e não fora do discurso que nós precisamos compreendê-las como produzidas em locais históricos e institucionais específicos, no interior de formações e práticas discursivas específicas, por estratégias e iniciativas específicas. Além disso, elas emergem no interior do jogo de modalidades específicas de poder e são, assim, mais o produto da marcação da diferença e da exclusão do que o signo de uma unidade idêntica, naturalmente constituída. (Hall, 1996, p. 109)

Partindo dessa definição, Manuel Castells (2018) aponta a necessidade de fazer a distinção entre dois conceitos muito importantes e que podem vir a ser confundidos: o de identidade e o de papel social. De acordo com o autor, os papéis organizam funções dentro de uma sociedade, utilizando, para isso, de normas estruturadas e acordos entre os indivíduos. Já as identidades constituem fontes de significado para os próprios atores, por eles originadas e construídas por meio de um processo de individuação. Isso não significa que ambos não possam possuir mais de um papel ou de uma identidade, pois a pluralidade pode ser vista tanto na autorrepresentação quanto na ação social.

Tal ação social é significativa tanto para aqueles que a praticam quanto para aqueles que a observam, “em razão dos muitos e variados sistemas de significado que os seres humanos utilizam para definir o que significam as coisas e para codificar, organizar e regular sua conduta uns em relação aos outros” (Hall, 1997, p.16).

Com a pós-modernidade, ficou ainda mais evidente a rapidez e a facilidade com que as ideias, as concepções e até mesmo as relações mudam. A fragmentação, a descontinuidade, a ruptura e o deslocamento são bases do momento histórico presente. Esse "descentramento" da sociedade, segundo Hall (2006), é justamente o que vem fazendo com que a noção de identidade ganhe novos contornos. Contudo, embora seja notável a possibilidade de reconfiguração das identidades, isso não significa que alguns sujeitos não sofram justamente por se localizarem fora de um determinado padrão.

> As identidades podem funcionar, ao longo de toda a sua história, como pontos de identificação e apego, apenas por causa de sua capacidade para excluir, para deixar de fora, para transformar o diferente em "exterior", em abjeto. Toda identidade tem, à sua "margem", um excesso, algo a mais. A unidade, a homogeneidade interna, que o termo "identidade" assume como fundacional não é uma forma natural, mas uma forma construída de fechamento: toda identidade tem necessidade daquilo que lhe "falta" — mesmo que esse outro que lhe falta seja um outro silenciado e inarticulado. (Hall, 1996, p. 110)

No cotidiano, é comum encontrar pessoas que não se identificam com os ideais da maioria, com as concepções dominantes em sociedade. Muitas das vezes, esses indivíduos têm de lidar com a pressão social de serem os únicos naquela condição; colocados no lugar de outro, do que destoa, do que não se ajusta. E essa pressão, em geral silenciosa, pode, no entanto, dar lugar ao preconceito e à estigmatização desses sujeitos.

Erving Goffman (1988) é quem fala a respeito do processo de estigmatização. De acordo com o autor, o estigma é uma espécie de marca que o indivíduo carrega e que, a depender do contexto social em que ele está inserido, é vista de maneira negativa pelos demais. Essa concepção pode estar — como será percebido ao longo da presente pesquisa — atrelada à aparência física da pessoa, envolvendo características que vieram de berço ou mesmo aquelas que foram sendo adquiridas com o passar do tempo; como também ligada a comportamentos específicos. Nesse sentido, o ser estigmatizado pode vir a ser reduzido a uma só forma — ou seja, à marca que carrega consigo — e, por isso, sofrer julgamentos e generalizações a partir dessas ideias construídas sem embasamento. Para Goffman (1988), esse estigma contribui para o processo de desumanização do sujeito, que passa a permear estereótipos e preconceitos dos mais variados tipos apenas por possuir determinada marca e/ou característica.

No caso das pessoas gordas, este estigma recebe o nome de gordofobia, fenômeno bastante presente na vida da personagem Kate, como veremos a seguir.

KATE PEARSON: UMA PERSONAGEM COMPLEXA

Durante o seriado, Kate é interpretada por quatro atrizes: Chrissy Metz — a versão adulta —, Hannah Zeile — a versão adolescente e jovem —, Mackenzie Hancsicsak — a versão criança e pré-adolescente — e Isabella Rose Landau — a versão criança mais nova (THIS IS US, 2023a). Por apresentar essa dinâmica não linear da história, o destaque varia conforme os episódios, contudo, a versão adulta (Chrissy Metz) é a mais recorrente e, portanto, possui protagonismo nas discussões que trataremos a seguir.

Figura 1 — Atrizes que interpretam a personagem Kate em *This is Us*



Fonte: Compilação da autora[4]

Para estabelecer como é dada a relação da personagem com ela mesma, é preciso compreender a maneira como ela se relaciona com o próprio corpo. A busca pela modificação física é o principal arco da personagem na primeira temporada. Kate (adulta) está claramente insatisfeita com sua aparência e, por isso, vai atrás de inúmeros métodos para emagrecer. Essa insatisfação, como veremos a seguir, é fruto tanto de questões internas envolvendo o passado, quanto de situações externas que acometem a personagem diariamente. Nesse sentido, Hall (1996, p. 121) defende que o corpo é construído, moldado e remoldado pela intersecção de uma variedade de práticas discursivas disciplinares. Podemos, assim, avaliar vários momentos em que o corpo da personagem acompanha esse ideal de vigília.

[4] Imagens produzidas e distribuídas pela NBC.

Os primeiros minutos do episódio piloto já nos apresentam a relação de Kate (adulta) com a comida. Quando ela abre a geladeira, percebemos uma diversidade de alimentos etiquetados com a quantidade de calorias e repletos de advertências de “não coma isto”; nem mesmo o seu bolo de aniversário escapa das observações, inferindo que até aquilo que deveria ser um símbolo de celebração, é tido como mais um gatilho para a personagem. Na cena seguinte, Kate tira todas as peças de roupa e acessórios para se pesar, mas quando sobe na balança, torce o pé e cai. Ela liga para Kevin socorrê-la e quando chega, os dois têm uma conversa importante, na qual Kate diz que comeu a sua vida dos sonhos e pede ao irmão: “me diga para parar de sentir pena de mim mesma e perder a droga do peso”. Algum tempo depois, Kate é vista jogando diversos alimentos calóricos fora na caçamba de lixo da rua e, em seguida, despeja fezes de cachorro em cima, o que reforça o desejo de mudar seus hábitos.

Essa primeira aparição da personagem já nos diz muito sobre a forma como ela se cobra alcançar os resultados que deseja para si. A pressão, a culpa e o controle são recorrentes e denotam o que Moscovici (2000) chama de comportamento simbólico, ocasionado por um conjunto de normas sociais e regras e por uma história comum que reflete o sistema de conotações implícitas e pontos de referência que, invariavelmente, se desenvolvem em todo ambiente social. Ao longo da análise, poderemos ver isso de forma mais esclarecedora.

O grupo de apoio para pessoas gordas é um dos pontos centrais da primeira temporada. É ali que Kate conhece Toby, um homem gordo recém-divorciado da área de T.I. (Tecnologia da Informação) que começou a frequentar as reuniões há pouco tempo. A conexão dos dois se dá logo de cara, quando eles se pegam revirando os olhos e zombando dos relatos dos outros integrantes juntos. É importante dizer que algumas falas de personagens coadjuvantes, nesta cena, dão a entender que para ser e/ou estar gordo, o sujeito comeu muito. Nesse trecho especificamente, os diálogos reforçam os discursos sociais gordofóbicos que desconsideram as questões genéticas, hormonais, psíquicas e emocionais dos indivíduos (Viana et. al., 2021).

Quando Toby aborda Kate de maneira galanteadora, ela dispara que não pode se apaixonar por um gordo, uma vez que deseja perder peso. Ele então se compromete a ajudá-la nesse objetivo e os dois saem para jantar juntos. Nessa parte, alguns pontos chamam a atenção: eles jantam um prato mais saudável, recusam a sobremesa e

contabilizam até mesmo as calorias do vinho. Quando chegam em casa, Kevin está desconsolado, prestes a perder o emprego, e, ainda assim, Kate se repreende por tomar mais uma taça de vinho enquanto consola e faz companhia ao irmão. Sobre isso, Wolf (1992, p. 165) coloca que "a renúncia ao alimento a que a maioria das mulheres se sujeita é uma forma de privação sensorial. E assim o bem e o mal são transformados em magreza e gordura, que lutam pela alma feminina".

No segundo episódio, a primeira aparição de Kate (adulta) é se exercitando em uma academia, enquanto observa o corpo das mulheres magras do local. No grupo de apoio, ela percebe que não perdeu peso como gostaria e, isso, somado às inseguranças que o convite de Kevin para uma importante festa despertou em Kate, a leva a ficar irritada e agir de forma mau humorada com todos na sala. Mais tarde, ela pede desculpas à Toby pelo seu comportamento e desabafa que se sente frustrada por não conseguir emagrecer nem encontrar uma roupa na qual se sinta bem. O homem, então, expõe seu desejo de que apenas por um dia o peso deles não seja uma questão, ao que, em dado momento, ela responde:

> O peso será sempre uma questão para mim, Toby. Sempre foi a minha história desde pequena. E sempre que não estou pensando nisso, estou pensando nisso. Como será que esta cadeira vai me aguentar? Este vestido vai caber em mim? E se eu engravidasse, alguém notaria? É a essência de quem sou, dentro de mim, e oito doses de tequila só escondem isso por algumas horas. (THIS IS US, 2016)

Claudinéia Valim (2017) defende que o corpo informa e se comunica por diferentes meios — vestuário, formato anatômico, padrões estéticos etc — e, por isso, está sujeito a regimes de olhar e de dizer da sociedade que criam condições de possibilidade para a sua existência e aos modos de atuação social, cultural, estética e política, "com isso, reserva-lhe condições de existência para ocupar certas posições e não outras" (Valim, 2017, p. 25). Logo, a fala da personagem sobre o peso informa um problema que se dá não somente de maneira pessoal, mas em âmbito social também.

No episódio 8, Kate rompe com Toby, alegando que a diferença de hábito dos dois — ele não mais se importando com a dieta ou com o grupo de apoio, enquanto ela segue a todo custo tentando emagrecer — está fazendo mal e despertando gatilhos de compulsão, logo, ela não pode deixar que um relacionamento atrapalhe o seu foco maior. Assim, nos episódios seguintes (9 e 10), vemos uma Kate determinada a realizar cirurgia bariátrica. Ela

marca uma consulta para conversar sobre o procedimento e, lá, a médica apresenta uma lista de riscos e condições associadas à cirurgia.

No episódio 13, após Toby passar por uma cirurgia de emergência envolvendo uma arritmia no coração, Kate decide não realizar a bariátrica e buscar por outros métodos de emagrecimento. Sua médica indica um acampamento para gordos, mas diferente do que Kate imagina — um lugar restrito à atividade física intensa e privação alimentar —, o foco não é emagrecer e, sim, fazer com que os pacientes descubram o que está por trás do peso. No início, ela não leva a metodologia muito a sério, mas aos poucos, percebemos a personagem se permitindo sentir e libertando diversas memórias relacionadas a esse processo de ganho de peso — imagens da infância e da adolescência de maneira mais recorrente, principalmente após a morte do pai.

> Os estímulos que deslancham o comportamento social e as respostas que dai resultam são elos em uma cadeia de símbolos; o comportamento expressa, pois, um código e um sistema de valores que são uma forma de linguagem; ou, poder-se-ia até, talvez, dizer que é o comportamento como tal que constitui a linguagem. Ele é essencialmente social e criado por relações sociais; na realidade, não poderia existir simbolismo confinado apenas a um indivíduo ou a um indivíduo confrontado com objetos materiais. (Moscovici, 2000, p. 159)

Outro fator determinante nesse e nos próximos dois episódios (13, 14 e 15) é a relação de Kate com um personagem secundário de nome Duke. Ele é o cuidador de cavalos do acampamento e desde o ingresso de Kate, vem importunando-a, dizendo para que desista do tratamento, pois nada do que é feito ali vai mudar quem ela é — uma pessoa gorda que deve se contentar com o que tem e não deve desejar viver coisas melhores, sonhar com um futuro próspero. Por dias, a personagem reflete sobre essas palavras. O roteiro leva a crer que Kate é convencida pelo discurso de Duke, mas, somos surpreendidos quando ela se impõe a ele, segura de seu valor como pessoa. Esse diálogo pode ser visto como o início de um processo de ressignificação do corpo e de sua própria trajetória, o que ficará mais evidente nas temporadas posteriores.

Até aqui, vemos a maneira como Kate se relaciona consigo mesma, com seu corpo e com a alimentação. A personagem em sua versão adulta claramente não se sente bem com o corpo e atrela a sua aparência física muitos dos problemas que enfrenta em sua vida pessoal desde a infância. Como exposto por ela mesma, o peso sempre foi uma questão e, aos 36 anos — idade adulta na temporada —, deseja modificar isso. Há um sentimento de

insuficiência, invalidez e fracasso muito presentes na narrativa da personagem desde a adolescência, o que demonstra como a estima e o amor próprio estão ausentes. No episódio 16 da última temporada, em um flashback ambientado na vida dos irmãos após a morte de Jack, Kate diz à mãe que “dois de três não é ruim”, que Rebecca venceu por ter dois filhos promissores e apenas uma “fracassada”.

> Esses sentimentos de baixa auto-estima correm paralelos à constante insatisfação com a forma corporal, ou seja, a auto-estima depende da eficiência de seus métodos para alcançar o corpo desejado. Tudo funciona como se os outros valores pessoais não existissem ou fossem secundários, pois só conseguem se sentir socialmente aceitos se estiverem fisicamente dentro dos padrões desejados pela sociedade. (Azevedo; Abuchaim, 1998, p. 35)

Essa concepção, no entanto, vai sendo transformada ao longo da série. Com o passar das temporadas, vemos uma Kate insegura e autocentrada em sua relação com o corpo dando lugar a uma mulher muito mais confiante e bem resolvida. Esse processo, contudo, não é linear. Não podemos dizer que da segunda temporada em diante, Kate deixa de ter comportamentos simbólicos associados à gordofobia — pois esses ainda aparecem em momentos pontuais da série, especialmente na relação com o outro —, mas percebemos um desenvolvimento gradual da personagem rumo à aceitação do próprio corpo.

Visando demonstrar um pouco dessa construção — e desconstrução — da personagem, constelamos episódios de outras temporadas que se relacionam às situações vivenciadas por Kate na primeira.

A segunda temporada ainda é bastante centrada nas questões com o corpo, mas agora, Kate está buscando o emagrecimento mais em razão da maternidade. A personagem fica grávida de forma natural, mas sabe que é uma gestação de risco por conta do seu peso. Ela perde o bebê poucas semanas depois de descobrir a gravidez, contudo, na temporada seguinte, decide tentar ser mãe por outros métodos.

No primeiro episódio da terceira temporada, Kate consegue uma consulta com uma médica especialista em fertilização in vitro (FIV), mas assim que avalia o quadro de saúde da personagem, a profissional diz não poder ajudá-la pois com seu peso, todo o procedimento seria um grande risco. Após a notícia, Kate e Toby vão para a festa de aniversário que Madison preparou para ela e, lá, a personagem desabafa sobre como a questão com o corpo sempre a assombrou, que mesmo tendo perdido 18kg de forma saudável, sem dietas mirabolantes, isso ainda não foi o suficiente para que pudesse realizar o sonho de ser mãe.

No final das contas, a médica revê o caso de Kate, aceita-a como paciente e diz que prefere confiar nos 10% de chance de sucesso do que desacreditá-la.

No terceiro episódio da terceira temporada, Kate realiza a cirurgia de FIV e, por algum tempo, durante o efeito da anestesia, ela imagina suas versões adulta, adolescente e criança conversando com o falecido pai. A dinâmica dessa interação é muito importante para perceber as características da personagem em cada fase de sua vida. A questão central que se coloca é se Kate deve acreditar em si e no processo para se tornar mãe. Sua versão infantil incentiva-a a prosseguir, ao passo que a versão adolescente tenta fazê-la desistir a todo custo, desacreditando sua eu adulta de que ela pode ser capaz de vencer tal desafio. Jack também estimula-a a confiar no seu potencial e, no fim das contas, é isso que ela realmente faz, saindo do coma induzido pela anestesia e voltando ao estado normal.

Com o passar dos episódios, vamos acompanhando o desenrolar do procedimento e, por conseguinte, da gravidez, assim como o amadurecimento da personagem. No episódio 8, por exemplo, Kate e Toby assumem as responsabilidades envolvendo o feriado de Ação de Graças na casa de Randall, e fica perceptível a preocupação do casal em ser uma boa referência como pais e em realizar tudo corretamente. Já no fim da temporada, mais precisamente no episódio 16, a personagem mostra uma evolução pessoal enorme enquanto lida com o fato do filho ter nascido prematuro e necessitar de ficar na encubadora. Apreendemos uma força e uma segurança até então pouco exploradas, uma resiliência que advém da estima que Kate pouco a pouco vem construindo.

Durante a quarta temporada, esse potencial fica ainda mais evidente conforme ela se encarrega do cuidado do filho que é cego. Em alguns momentos, a questão corporal ainda vem à tona, principalmente quando a personagem começa a engordar — e Toby a emagrecer— diante das dificuldades familiares, mas é possível identificar um protagonismo muito maior para situações que não envolvem essa relação estrita com o próprio corpo.

> O novo campo de interesse emerge da negação do campo precedente de interesse. Por certo, para nós, os predecessores, tal inversão de interesse é terrificante, como o é tudo que emerge. Não obstante, a inversão é fascinante. Porque "inversão" é negação, e negação é sinónimo de liberdade. (Flusser; Bernardo, 2008, p. 190)

É na última temporada que essa liberdade em relação ao corpo e essa ressignificação da trajetória fica mais visível e Kate acessa um protagonismo decisivo, inclusive, para outros núcleos da narrativa. O episódio piloto da sexta temporada mostra um panorama que

compara como os irmãos estavam com 36 anos — primeira temporada — e como estão atualmente, aos 41. Nesse sentido, é bastante emblemática a maneira como o roteiro é construído, comparando a geladeira de Kate antes, repleta de advertências que indicavam certa restrição alimentar, ao passo que a de agora possui bilhetes e etiquetas que apenas ajudam a personagem a organizar a rotina dos filhos, sem exercer qualquer pressão relacionada à culpa ou ao emagrecimento.

No sétimo episódio, inclusive, Toby repreende a esposa por estar dando muito açúcar ao filho, justificando que o pequeno Jack já possui uma tendência genética a engordar. Quando os dois vão conversar sobre a questão, Kate tem um dos monólogos mais importantes da série:

> Depois que meu pai morreu e comecei a engordar, eu parava de comer quando cantava "Kiss me". Eu me imaginava em uma nova versão, descendo as escadas, magra e linda. Da forma como devia ser. Até que eu exagerava ou comia algo ruim. E aquela nova versão minha desaparecia. A vergonha crescia e eu comia mais.Toda a minha vida tem sido um ciclo de dieta e compulsão. A comida sempre teve um poder intenso sobre mim. Não quero isso pros nossos filhos. Quero que aproveitem a Ação de Graças sem ter vergonha. (THIS IS US, 2022)

O episódio 9 também é focado em Kate e mostra a personagem lidando com desafios em três fases da vida: criança, adolescente e adulta. Na infância, Kate está com medo de entrar na piscina do clube e receia não conseguir boiar, mesmo com a ajuda dos pais. Na adolescência, ela está presa no clube com os irmãos e tem medo de escalar as grades para sair dali. Em sua versão mais atual, Kate enfrenta problemas em seu relacionamento com Toby. A metáfora se estabelece quando Kate (adulta) decide subir uma ladeira, contrariando as expectativas do roteiro e, ao mesmo tempo, evidenciando a superação pessoal da personagem.

Podemos trabalhar essa mudança de perspectiva dentro do que Castells (2018) chama de "identidade de projeto", mecanismo que surge quando os atores sociais, baseados em quaisquer materiais culturais que estiverem disponíveis a eles, constroem uma nova identidade que redefine sua posição na sociedade e, ao fazer isso, buscam a transformação da estrutura social como um todo. Quando Kate enfrenta uma dificuldade que tem relação direta com a sua forma física, ela ressignifica também o imaginário que se tem sobre esse corpo. A personagem evidencia a capacidade desse corpo em realizar tanto interna quanto externamente tudo aquilo que desejar ou lhe for posto. E essa transformação da relação

própria e individual impacta, ainda que de forma superficial, o que o outro enxerga, percebe, compreende e acredita também.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com este trabalho, visamos analisar a construção da identidade de uma mulher gorda através da ficção. Por meio da personagem Kate Pearson da série *This is Us*, pudemos pensar o espaço que o corpo gordo tem ocupado na sociedade, com suas disputas, tensões e (r)existências. Logo, percebemos que o corpo é um fator constitutivo e determinante da identidade do indivíduo, sendo o meio pelo qual nos expressamos e estabelecemos relações, daí a infinidade de narrativas e significados que são construídos nele, por ele e em torno dele. Em situações cotidianas — muitas dessas, vivenciadas pela própria autora deste trabalho — ou então por meio de exemplos que circulam pela mídia, percebemos que o preconceito e o estigma são vivências recorrentes para as pessoas que habitam esses corpos, contribuindo para manutenção do que chamamos aqui de gordofobia.

Durante a primeira temporada, o arco da personagem se concentra nas insatisfações e inseguranças geradas por sua aparência. Acompanhamos a jornada pessoal de Kate desde a infância, percebendo como foi sendo construída a sua relação com o peso, com a alimentação e com o exercício físico. Já adulta, vemos uma mulher batalhando para modificar a sua aparência a qualquer custo e, ainda por cima, fazendo uso de técnicas não saudáveis de emagrecimento, ancoradas principalmente na restrição e na culpa.

Na narrativa, fica claro como essa relação negativa com o próprio corpo reverberou nos problemas de autoestima, autoconfiança e amor próprio que a personagem apresenta. No âmbito afetivo-amoroso, Kate estabelece expectativas muito baixas sobre os parceiros, validando qualquer mínima demonstração de afeto e aceitando comportamentos questionáveis por acreditar que isso é o máximo que vai conseguir tendo uma aparência como a sua. Quando, enfim, aparecem pessoas dispostas a oferecer tudo aquilo que ela merece, Kate reage com insegurança, como se não fosse possível alguém se apaixonar verdadeiramente por ela.

A comparação é outro movimento muito recorrente na personagem. Desde uma desconhecida na academia até à mãe, Kate passa boa parte de sua vida vivenciando situações de conflito com a imagem; não só à sua, mas também das mulheres ao seu redor. A personagem credita à magreza um lugar de felicidade e sucesso na sociedade, sendo assim,

ressente-se quando a dona de um corpo magro não percebe o espaço de privilégio ocupado por ela. Kate estabelece um ideal de que parte, senão a totalidade, de seus problemas seriam sanados caso não fosse gorda. Essa visão impacta diretamente nas suas relações interpessoais, gerando problemas de confiança e dificuldade em fazer novas amizades.

Contudo, é certo que não se pode dar ao corpo gordo o crédito total dos problemas enfrentados por Kate. Como evidenciado durante toda a série, o luto pela morte do pai permeia muitas das questões que a personagem vivencia desde a adolescência. A compulsão alimentar tem os seus primeiros indícios já na infância, mas é a partir desse momento infeliz que toda a sua trajetória de vida se transforma. Kate enxergava na figura do pai seu verdadeiro porto seguro, alguém capaz de despertar sentimentos de conforto, segurança, compreensão e fé, e que acreditava na garota quando ela própria não era capaz disso. Assim, perder "a sua pessoa preferida no mundo" — como a personagem mesmo descrevia — mudou a dinâmica das suas relações; tanto consigo mesma, quanto com os outros.

Constatamos, então, que apesar de a primeira temporada focalizar o corpo gordo como a intersecção dos problemas da personagem — o que parece bastante problemático em um primeiro momento —, a narrativa adotada nesse período é decisiva para o restante da série. Isso porque, conforme o tempo passa, Kate vai descentralizando as questões com o corpo para dar lugar a novos dilemas, comuns a boa parte dos seres humanos — casamento, maternidade, carreira. Aos poucos, a personagem abandona a obsessão com o próprio peso e passa a enxergar que maior do que a necessidade de transformar esse corpo está a necessidade de compreender o que se passa dentro dele.

No decorrer da análise, constelamos episódios de outras temporadas da série que evidenciam a batalha vivida pela personagem por ressignificação e autoconhecimento. Apesar disso, é importante deixar claro que esse processo pela aceitação da forma física não é dado de forma linear durante a série. Para perceber a evolução da personagem, é necessário romper com a primeira temporada, percorrendo todo o trajeto de Kate até o último episódio — o que pode não ser um exercício fácil para quem passa por questões similares às vividas por ela.

De maneira geral, a trama é construída sob um viés bastante humanizado, acompanhando a trajetória pessoal da personagem em busca de aceitação, sem centrar apenas nos preconceitos vividos por ela. A direção da série teve a preocupação de não levantar ainda mais estigmas sobre a pessoa gorda, estereotipando-a excessivamente ou a

responsabilizando pelo próprio peso. Ao invés de focar, por exemplo, na ação da personagem comendo em um episódio de compulsão, os produtores da série deram visibilidade às emoções associadas a essa atitude. Isso vai contra uma maioria de exemplos que observamos na mídia, aos quais Rangel (2018, pág. 154) bem observa:

> Nas representações, em especial, de mulheres gordas em ficções há ainda o reforço do estereótipo dos contraconceitos (conceitos negativos estabelecidos) ligados à estigmatização da pessoa gorda, havendo a tentativa de narrativas que abranjam o assunto do sofrimento da mulher gorda na sociedade preconceituosa estando, no entanto, muito aquém da profundidade da construção de personagens representados por atores e atrizes magras.

Compreendemos, então, que *This is Us* vem trazendo uma forma mais altera de apresentar e representar o corpo gordo na mídia. A maneira como a série é desenvolvida nos faz refletir sobre a importância de trabalhar personagens que não são planas, contando histórias para além dos estereótipos e preconceitos vivenciados por elas — a ideia de personagens planos e complexos é uma discussão do teórico François Jost sobre a narrativa audiovisual para descrever figuras que se desenvolvem ao longo da trama, revelando múltiplas camadas de personalidade e motivação, e se mostra uma ótima lente para analisar a personagem; contudo, o espaço do trabalho não permita que aprofundamos muito mais nessa noção, de tal forma que propomos tal caminho de leitura para estudos futuros. Atenta às discussões em torno da gordofobia, a narrativa se impõe de forma muito cuidadosa e respeitosa, sem deixar, no entanto, de ser verdadeira. Não é de uma hora para a outra que Kate supera as suas questões com o próprio corpo, empoderando anos de baixa estima e confiança. Por vezes, Kate retoma comportamentos negativos de autossabotagem, demonstrando justamente que a adoção de novos hábitos não significa o apagamento de anos de uma mesma história.

Em resumo, há vários caminhos possíveis para seguir nos estudos que relacionam o corpo gordo e a mídia. Aqui, optamos por trazer uma perspectiva ficcional do tema, mas há diversas representações midiáticas do corpo gordo que se estabelece em meios digitais do cotidiano, por exemplo. Também é importante aprofundar as discussões em torno do movimento estrutural da gordofobia, principalmente pensando na indústria da beleza e na lógica do capital, interseccionadas às questões de raça, classe, gênero e acessibilidade.

Apresentando uma perspectiva relacional da Comunicação, este trabalho versa sobre o direito de existir e ser quem é. Como colocado por Jayane Souza e Sandra Azevêdo (2018,

p. 4), as pessoas estão construindo suas identidades a todo o momento e, na contemporaneidade, os espaços midiáticos auxiliam nessa construção. Os assuntos abordados nesses lugares moldam os assuntos debatidos pela sociedade. Os espaços comunicacionais colocam em pauta a questão da representatividade, faz enxergar que o poder da comunicação se expande para o poder da representação. Logo, podemos compará-los a um espelho: as pessoas precisam se reconhecer nesses meios para que possam sentir-se incluídas na coletividade.

Nesse sentido, tão importante quanto a mídia está a pesquisa. Investigar, observar e propor análises em torno do corpo gordo pode vir a contribuir para a visibilidade, a aceitação, a valorização, a compreensão, a inclusão e até mesmo para o empoderamento de muitos indivíduos. Afinal, pesquisar é estar em contato de forma pessoal com o seu objeto, apreendendo seus significados e dando novos sentidos a ele.

REFERÊNCIAS

ARRUDA, A.; MIKLOS, J.. O peso e a mídia: estereótipos da gordofobia. *In:* **Revista Líbero**, *[s.l.]*, ano XXIII, n.° 46., jul./dez. 2020. Disponível em: https://bit.ly/2TcPRFI. Acesso em: 26 mar. 2023.

AZEVEDO, A.; ABUCHAIM, A. Bulimia nervosa: Classificação diagnóstica e quadro clínico. In: NUNES, M.; APPOLINÁRIO, J.; ABUCHAIM, A.; COUTINHO, W. (orgs.). **Transtornos Alimentares e obesidade**. Porto Alegre: Artmed, 1998.

CASTELLS, M. **O poder da identidade:** a era da informação, v. 2. Tradução: Klauss Brandini Gerhardt. 9. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2018.

FLUSSER, V.; BERNARDO, G. **O universo das imagens técnicas**: elogio da superficialidade. 1. ed. São Paulo: Annablume, 2008.

GOFFMAN, E. **Estigma:** Notas sobre a manipulação da identidade. 4 ed. Rio de Janeiro: LTC, 1988.

HALL, S. A centralidade da cultura: notas sobre as revoluções culturais do nosso tempo. *In:* **Educação & Realidade**, *[s.l.]*, jul/dez., p. 15-46, 1997.

HALL, S. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 11. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

HALL, S.. Quem precisa da identidade? In: SILVA, T.; HALL, S.; WOODWARD, K. (orgs.). **Identidade e diferença**. A perspectiva dos estudos culturais. Petrópolis: Editora Vozes, p. 103-133, 1996.

MOSCOVICI, S. **Representações sociais:** investigações em psicologia social. Trad: GUARESCHI, P. Rio de Janeiro: Vozes, 2003.

RANGEL, N. **O ativismo gordo em campo:** política, identidade e construção de significados. 2018. Dissertação (Mestrado em Sociologia Política) – Universidade Federal de Santa Catarina, UFSC, Florianópolis, 2018. Disponível em: https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/205904. Acesso em: 9 mai. 2023.

SOUTO, M. Constelações fílmicas: um método comparatista no cinema. **Galáxia** (São Paulo), n. 45, p. 153–165, 2020. Disponível em: https://www.scielo.br/j/gal/a/nxcZ4zNFT8KLK65z8VmkHKq/?lang=pt. Acesso em: 15 mai. 2023.

SOUZA, J.; AZEVÊDO, S. **Construção de Identidade e Jornalismo:** análise e repercussão do Caso Alexandra Gurgel e Danilo Gentili. *In:* Congresso De Ciências Da Comunicação Na Região Nordeste, 20., 2018, Juazeiro-BA. Anais [...]. São Paulo: Intercom, 2018. Disponível em: https://intercom.org.br. Acesso em: 5 out. 2024.

THIS IS US (1.ª temporada). In: WIKIPÉDIA, a enciclopédia livre. Flórida: Wikimedia Foundation, 2023. Disponível em: https://pt.wikipedia.org/w/index.php?title=This_Is_Us_(1.%C2%AA_temporada)&oldid=65095378. Acesso em: 13 mai. 2023.

THIS IS US: temporada 1. Direção: John Requa, Glenn Ficarra, Ken Olin, George Tillman, Craig Zisk, Silas Howard, Sarah Pia Anderson, Uta Briesewitz, Helen Hunt, Timothy Busfield, Chris Koch, George Tillman Jr. e Wendey Stanzler. Estados Unidos da América: NBC, 2016. 18 episódios (810 min). Streaming: Prime Video.

THIS IS US: temporada 2. Direção: Ken Olin, Kay Oyegun, Anne Fletcher, Jon Huertas, Chris Koch, Milo Ventimiglia, Jessica Yu e Kevin Rodney Sullivan. Estados Unidos da América: NBC, 2017. 18 episódios (810 min). Streaming: Prime Video.

THIS IS US: temporada 3. Direção: Chris Koch, Kevin Hooks, George Tillman Jr., Roxann Dawson, Catherine Hardwicke, John Fortenberry, Anne Fletcher e Rebecca Asher. Estados Unidos da América: NBC, 2018. 18 episódios (810 min). Streaming: Prime Video.

THIS IS US: temporada 4. Direção: Ken Olin, Kevin Hooks, Chris Koch, Catherine Hardwicke, Milo Ventimiglia, Rebecca Asher, Jessica Yu, Justin Hartley, Roxann Dawson e Anne Fletcher. Estados Unidos da América: NBC, 2019. 18 episódios (810 min). Streaming: Prime Video.

THIS IS US: temporada 5. Direção: Ken Olin, Kay Oyegun, Anne Fletcher, Jon Huertas, Chris Koch, Milo Ventimiglia, Jessica Yu e Kevin Rodney Sullivan. Estados Unidos da América: NBC, 2020. 16 episódios (720 min). Streaming: Prime Video.

THIS IS US: temporada 6. Direção: Ken Olin, Kay Oyegun, Chris Koch, Milo Ventimiglia, Chris Sullivan, Justin Hartley, Zetna Fuentes, Jon Huertas, Kevin Hooks e Jessica Yu. Estados Unidos da América: NBC, 2022. 18 episódios (810 min). Streaming: Prime Video.

VALIM, C. **Moda plus size em governamentalidade:** (in)visibilidades sobre o corpo da mulher gorda na contemporaneidade brasileira. Dissertação (Mestrado em Letras) – Universidade Estadual de Maringá, Maringá, 2017. Disponível em: http://repositorio.uem.br:8080/jspui/handle/1/7035. Acesso em: 22 mai. 2023.

VASCONCELOS, N; SUDO, I; SUDO, N.. Um peso na alma: o corpo gordo e a mídia. **Rev. Mal-Estar e Subj.**, Fortaleza, v. 4, n. 1, p. 65-93, 2004. Disponível em: http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1518-61482004000100004&lng=pt&nrm=iso. Acesso em: 1 jun. 2023.

VIANA, E.; REITZ, J.; ASSIS, J.; CORREGGIO, L.. Autoimagem e autoestima de uma mulher gorda em um contexto gordofóbico: análise de experiências constitutivas no seu círculo de convivência. *In:* **Revista de Pesquisa e Prática em Psicologia**, *[s.l.],* v. 1, n. 3, 2021. Disponível em: https://ojs.sites.ufsc.br/index.php/rppp/article/view/5088. Acesso em: 21 mai. 2023.

WOLF, N. **O mito da beleza**: como as imagens de beleza são usadas contra as mulheres. Rio de Janeiro: Rocco, 1992.

A autora é responsável pela fidedignidade dos dados apresentados.

BACURAU (2019): UM LEVANTAMENTO BIBLIOGRÁFICO

Amanda de Sousa Veloso[1]
Lara Lima Satler[2]

RESUMO

Este artigo é o recorte de uma pesquisa que analisou o filme Bacurau inserido no Circuito de Cultura. Neste texto, apresentaremos os procedimentos do levantamento bibliográfico realizado para identificar o estado da arte do objeto. Metodologicamente, trabalhamos com pesquisa bibliográfica e, como resultado, identificamos seis dissertações que indicam, em alguma medida, que Bacurau funciona como alegoria para o Brasil e seu contexto de lançamento.

Palavras-chave: Bacurau; metodologia; levantamento bibliográfico; Circuito de Cultura.

BACURAU (2019): A BIBLIOGRAPHIC RESEARCH

ABSTRACT

This article is part of a research that analyzed the film Bacurau inserted in the Circuit of Culture. In this paper, we will present the bibliographic survey procedures carried out to identify the state of the art of the object. Methodologically, we worked with bibliographical research and as result we identified six dissertations that indicate, to some extent, that Bacurau works as an allegory for Brazil and its release context.

Keywords: Bacurau; methodology; bibliographic survey; Circuit of Culture.

INTRODUÇÃO

Este artigo é parte de uma pesquisa que analisou Bacurau (2019), de Kleber Mendonça Filho e Juliano Dornelles, inserido no Circuito de Cultura (Johnson, 2014), o objetivo geral da pesquisa era investigar as leituras feitas pelos usuários da rede social *Letterboxd*[3] (nos períodos de lançamento internacional e nacional) articuladas aos aspectos da produção e ao contexto cultural de lançamento do filme. Trataremos aqui de uma etapa

[1] Doutoranda no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Goiás (PPGCOM/UFG). Bolsista da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de Goiás (FAPEG). E-mail: amanda.sousaveloso@gmail.com
[2] Orientadora. Bolsista de Produtividade em Pesquisa (PQ-2), CNPq. Professora no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Goiás (PPGCOM/UFG). E-mail: lara_lima_satler@ufg.br
[3] *Letterboxd* é uma rede social com foco em filmes, onde os usuários podem criar listas, marcar os filmes que assistiram, dar notas e fazer comentários, ainda é possível seguir e interagir com as publicações de outros usuários.

crucial para o desenvolvimento da pesquisa: o levantamento bibliográfico realizado a fim de identificar o estado da arte do objeto, no contexto da pesquisa brasileira.

Portanto, a pergunta que guia a pesquisa é: como as teses e dissertações analisam o filme Bacurau? Quais abordagens teórico-metodológicas são mobilizadas nessas pesquisas? O objetivo deste artigo, de abordagem qualitativa, é relatar os procedimentos metodológicos do levantamento bibliográfico realizado sobre o filme Bacurau, bem como os resultados desta etapa da pesquisa.

Conforme Ida Regina C. Stumpf,

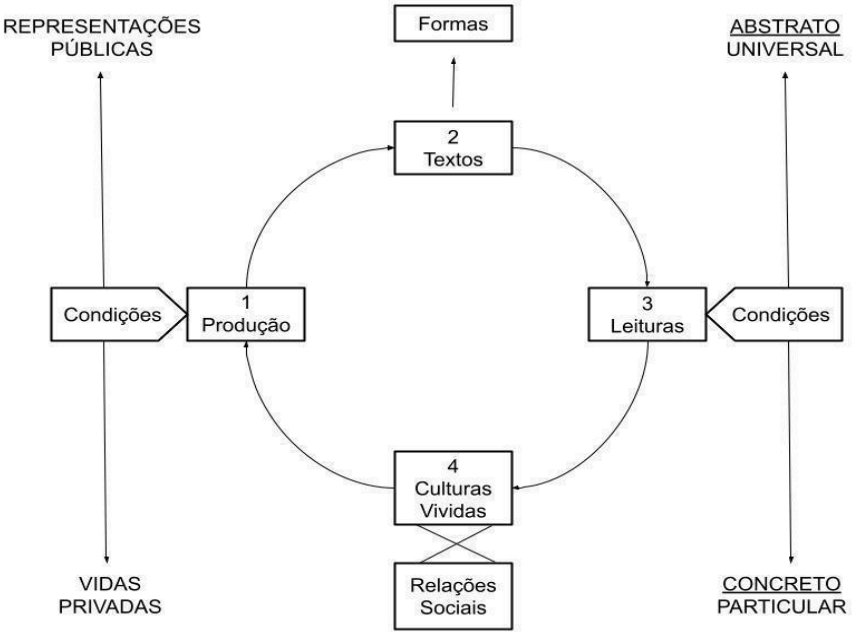
> Pesquisa bibliográfica, num sentido amplo, é o planejamento global inicial de qualquer trabalho de pesquisa que vai desde a identificação, localização e obtenção da bibliografia pertinente sobre o assunto, até a apresentação de um texto sistematizado, onde é apresentada toda a literatura que o aluno examinou, de forma a evidenciar o entendimento do pensamento dos autores, acrescido de suas próprias idéias e opiniões. **Num sentido restrito, é um conjunto de procedimentos que visa identificar informações bibliográficas, selecionar os documentos pertinentes ao tema estudado e proceder à respectiva anotação ou fichamento das referências e dos dados dos documentos para que sejam posteriormente utilizados na redação de um trabalho acadêmico.** [...] (Stumpf, 2005, p. 51, grifo nosso).

Com esta etapa da pesquisa, nosso objetivo era compreender como Bacurau vinha sendo discutido atualmente no contexto da pós-graduação e para além dela no Brasil e construir o estado da arte do filme entre 2019, ano de lançamento, e 2022, ano de realização do levantamento. A partir disso, o levantamento realizado compreendeu um período de quatro anos, visto ser esse o período que compreende um mestrado e o período máximo para se finalizar uma tese, sem prorrogações. Além disso, as pesquisas identificadas poderiam compor o *corpus* teórico da pesquisa em desenvolvimento.

A pesquisa tinha como objeto *Bacurau em circuito*, isto é, o filme Bacurau, inserido no Circuito de Cultura, como pode ser visto na figura 1. O diagrama de Richard Johnson, autor vinculado aos Estudos Culturais britânicos, proposto para analisar produtos culturais contém quatro momentos principais: produção, que se refere aos processos, instituições e pessoas responsáveis pela produção de determinado produto; texto, que se refere ao produto em si, no caso de Bacurau o texto é um filme; leituras, que abarca a recepção, seja ela do público geral ou especializada; e, por fim, as culturas vividas que compreendemos como o contexto ou o meio que serve de base para a produção do produto. O Circuito ainda

conta com as condições de produção e condições de leituras que fazem movimentos entre o público e o privado (Johnson, 2014).

Figura 1 - Circuito da Cultura



Fonte: Johnson (2014), reproduzido pela autoria da pesquisa

A pesquisa em questão buscou relacionar todos estes momentos a partir das leituras do filme. O levantamento bibliográfico, apresentado como recorte para este artigo, foi uma das primeiras etapas dos procedimentos metodológicos, sendo que a princípio definimos dois bancos de dados de testes e dissertações a nível nacional, Catálogo de Teses e Dissertações da CAPES e Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações, e como complemento ainda buscamos um terceiro, o banco de dados com artigos, também da CAPES, que serão melhor detalhados no próximo item, para verificarmos dados quantitativos de Bacurau nesse tipo de produção, mesmo que o foco estivesse no levantamento e no aprofundamento de teses e dissertações.

Assim, na próxima seção do artigo, detalharemos sobre os procedimentos metodológicos para os levantamentos realizados para, na sequência, discutirmos sobre os resultados que compreendem uma discussão sobre as abordagens teóricas e metodológicas das pesquisas encontradas. No último item do artigo, serão articuladas as investigações

levantadas com o Circuito de Cultura (Johnson, 2014), analisando como as pesquisas sobre Bacurau o operacionalizam, mesmo sem citá-lo.

O LEVANTAMENTO DAS PESQUISAS

Conforme abordado no tópico anterior, para a realização do levantamento foram definidos três repositórios como base de busca: o Catálogo de Teses e Dissertações da CAPES, assim como o Portal de Periódicos e também a Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações (quadro 1). As coletas foram realizadas entre dezembro de 2022 e janeiro de 2023.

Definimos como termo de busca somente o termo “Bacurau” e o único recorte definido foi o temporal, buscando pesquisas realizadas a partir de 2019, considerando o lançamento do filme. A partir dos resultados gerais, utilizamos como critério de exclusão pesquisas repetidas ou que não tinham o filme como objeto de pesquisa, os resultados estão expostos no Quadro 1, a seguir.

Quadro 1 - Levantamento bibliográfico das teses e dissertações sobre Bacurau

Banco de dados	Resultados gerais	Pesquisas a partir do filme
Catálogos de Teses e Dissertações da CAPES (https://catalogodeteses.capes.gov.br/catalogo-teses/#!/)	22	5
Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações (http://bdtd.ibict.br/vufind/)	9	1
Portal de Periódicos da CAPES (https://www-periodicos-capes-gov-br.ezl.periodicos.capes.gov.br/index.php?)	139	65

Fonte: autoria da pesquisa (2023)

Como resultado da busca realizada no Catálogo de Teses e Dissertações da CAPES identificamos cinco dissertações de mestrado que têm Bacurau como objeto de pesquisa e na Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações foi identificada uma dissertação. Não foram encontradas teses no período das buscas (2019-2022) e atribuímos esse resultado ao pouco tempo entre o lançamento do filme e a realização do levantamento. No que se refere

aos artigos, buscados no Portal de Periódicos da CAPES, identificamos uma quantidade expressiva de aproximadamente sessenta e cinco[4] trabalhos publicados neste período, o que mostra a relevância crescente do filme como objeto de pesquisa.

O quadro 2, a seguir, mostra as áreas de concentrações e estados das instituições das dissertações encontradas neste levantamento.

Quadro 2 - Dissertações encontradas, suas respectivas áreas de estudo e estado da instituição

Título	Autoria	Área	Ano	Estado
BACURAU: Uma Interpretação Contemporânea da Resistência do Brasil	Luar Nogueira Maia Carvalho	Estudos Culturais	2021	MS
DELEUZE E O PENSAMENTO POLÍTICO DO CINEMA: O caso Bacurau	Ivan de Angelis Gomes	Filosofia	2021	RJ
NARRATIVAS CONTRA-HEGEMÔNICAS: A Sociologia e o Cinema das imagens de resistência em Bacurau	Francisco Alves de Oliveira Júnior	Sociologia	2021	PI
MANARAIREMA E BACURAU: sobre visualidades, invasões e sobrevivências	Glauber Honorato da Silva	Língua, Literatura e Interculturalidade	2021	GO
DEUS E O DIABO EM BACURAU: O sertão no Cinema Novo e na produção cinematográfica contemporânea	Maria de Fátima Rufino	Mestrado Profissional em Ensino de História	2021	CE
A RENOVAÇÃO DO CINEMA DE HORROR NO BRASIL: permanências e mutações do gênero a partir de 2008	Gabriel Cardoso Borges Silva	Comunicação	2021	RJ

Fonte: autoria da pesquisa (2023)

A partir do quadro podemos perceber que todas as dissertações identificadas foram publicadas em 2021, dois anos após a estreia do filme. Das pesquisas, duas foram realizadas em instituições da região Nordeste, duas no Centro-Oeste e as outras duas na região Sudeste, especificamente no estado do Rio de Janeiro. A partir dos títulos é possível traçar aproximações entre algumas pesquisas, como por exemplo a questão da resistência. Dos seis títulos, apenas um não menciona Bacurau, pois a pesquisa possui outros objetos de pesquisa.

[4] Notamos que alguns artigos apareceram de forma duplicada no portal.

Após o levantamento, partimos para a leitura dos resumos e dos sumários das seis pesquisas, a fim de definir uma ordem para a leitura na íntegra. O objetivo era compreender como o Bacurau foi discutido e quais leituras (Johnson, 2014) foram produzidas a partir do filme. Além disso, durante a leitura das dissertações buscamos realizar aproximações com o Circuito de Cultura, a fim de identificar os eixos que aparecem nas pesquisas, o que será feito no último item do desenvolvimento deste artigo.

COMPREENDENDO AS DISSERTAÇÕES

A partir da leitura das seis dissertações notamos que Bacurau é majoritariamente analisado enquanto texto, isto é,

> [...] observa-se um tratamento das formas simbólicas de modo abstrato, pois a atenção reside nos mecanismos pelos quais os significados são produzidos. [...] Aqui, são identificadas as análises de caráter textual, discursivo e outras que se concentram somente no produto midiático (Escosteguy, 2008, p. 121).

E ainda, estas análises traçam relações com as culturas vividas[5], "[...] ou o meio social onde estão em circulação elementos culturais ativos que pautam tanto o espaço da produção como o das leituras" (Escosteguy, 2008, p. 121). Segundo Johnson (2014), as culturas vividas servem como um reservatório de discursos que embasam as produções culturais.

Definimos a ordem das leituras a partir de dois fatores principais: proximidade com a temática de pesquisa, área e número de páginas. Sobre as pesquisas, detalharemos a seguir.

Bacurau: uma interpretação contemporânea da resistência do Brasil

Dissertação de Luar Nogueira Maia Carvalho, apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Estudos Culturais da Universidade Federal do Mato Grosso do Sul, investiga a obra a partir de suas "personagens dissidentes" (Carvalho, 2021), Teresa, Domingas e Lunga, e suas identidades.

[5] Exceto a pesquisa "NARRATIVAS CONTRA-HEGEMÔNICAS: A Sociologia e o Cinema das imagens de resistência em Bacurau" de Francisco Alves de Oliveira Júnior que será abordada adiante.

Figura 2 - Pôster de Bacurau com Teresa, Domingas e Lunga à direita



Fonte: AdoroCinema (2019)[6]

As três personagens aparecem em destaque no pôster do filme na figura 2, posicionadas juntas e de forma triangular, indicando desde já sua relevância para a narrativa. A metodologia utilizada é a análise fílmica, mobilizando Bacurau enquanto texto em diálogo com as culturas vividas, Carvalho entende que o filme retrata o passado e o presente do Brasil.

> Buscou-se, tendo Bacurau como inspiração, uma reflexão ao contemporâneo que se instaura, no Brasil, repleto de discursos e ações retirando direitos, e garantias básicas, que são a base de um estado democrático. Oportuno citar a fala do diretor Kleber Mendonça Filho, em 2019, após a exibição do filme no Festival de Cannes: "Esse é um momento muito importante no nosso país. E esse é um filme sobre resistência, sobre educação e sobre ser brasileiro no mundo". [...] Assim, como no fim da película, ao fim desta dissertação, concluímos que Bacurau traz o ontem, o hoje e o daqui a alguns anos. No Brasil, a história se repete, desde 1500, com a

[6] Disponível em: <https://www.adorocinema.com/filmes/filme-247818/>

> chegada do neocolonizador. Porém, essa "gente" brasileira está aprendendo que, unindo-se as forças, a destruição do opressor será certa.
> Forjamos, dessa maneira, a resistência, oferecemos, dessa maneira, sentir a resistência, seja ela armada ou intelectual; seja ela Lunga, Domingas ou Teresa.
> "Marielle Franco, Marisa Letícia, João Pedro Teixeira"! Presentes! (Carvalho, 2021, p. 69 e 70).

A autora ainda adentra o campo das leituras quando realiza um levantamento e análise de onze artigos publicados sobre o filme. A recepção por parte do público geral também é mencionada através da porcentagem de aprovação do filme no site *Rotten Tomatoes* e pela crítica especializada dos jornais Folha de São Paulo e *The Guardian.*

Para Carvalho (2021), a "tríade bacurauense" "despontam na obra e agregam questões como feminismo, sexualidade, e performance de gênero" (idem, p. 50) e marcam transgressões. Teresa apresenta a liberdade sexual e o feminismo negro, Lunga rompe com padrões estéticos e o binarismo de gênero e Domingas é figura matriarcal, representa a liderança local e o feminismo no poder. A pesquisadora compreende que são as interseccionalidades - marcadores da diferença e da diferenciação - que aproximam o espectador da humanidade das personagens.

Deus e o Diabo em Bacurau: o sertão no Cinema Novo e a produção cinematográfica contemporânea

Dissertação de Maria de Fátima Rufino de Souza, apresentada ao Programa de Mestrado Profissional em História da Universidade Regional do Cariri, tem como objetivo pensar a construção da imagem sertão Nordestino feita pelo Cinema Novo[7], a partir dos filmes Vidas Secas (1963), Os Fuzis (1964) e Deus e o Diabo na Terra do Sol (1964) e como ela repercute nas obras atuais, neste caso Bacurau (2019), e no imaginário da população.

[7] O Cinema Novo é um movimento da cinematografia brasileira que se constitui na década de 1960, motivado pelo contexto político da época. As produções colocavam em pauta questões sociais e se opunham às influências do cinema hollywoodiano, a proposta era "[...] produzir um cinema-verdade que, 'com uma câmera na mão e uma ideia na cabeça', fosse capaz de mostrar o Brasil para o Brasil, de desvendar os arquétipos nacionais, de analisar os problemas estruturais do país [...]" (Souza, 2021, p. 18).

Figura 3 - Montagem dos pôsteres de Bacurau, Vidas Secas, Os Fuzis e Deus e o Diabo na Terra do Sol[8]



Fonte: elaborada pela autoria da pesquisa (2024)

Souza ainda se propõe a pensar como o ensino de História pode utilizar estes filmes, pensando nas obras enquanto objeto histórico e material didático, como ferramenta de aprendizado sobre o sertão nordestino.

> Ao pensar as questões referentes à imagem do Nordeste diante do resto do país e de como os estereótipos relacionados ao nordestino ainda são ecos de uma leitura determinista sobre a região, associada sempre ao clima seco, à aridez, as consequentes fome e miséria, ao coronelismo, ao cangaço, à religiosidade fanática, à espera pelo assistencialismo estatal, percebe-se que a dualidade Nordeste atrasado versus Sudeste desenvolvido ainda é uma imagem muito viva no imaginário popular. Quando se trata do ensino de História no Brasil, há também uma divisão entre o que é considerado uma história nacional, que corresponde a um Brasil oficial, e o que é considerado como História Regional, que se constituí à parte e à margem dos outros conteúdos. Qual é o lugar do Nordeste no Ensino de História, então? Como as questões referentes ao Nordeste e a esta identidade nordestina que habita o imaginário nacional podem ser introduzidas em sala de aula? As produções cinematográficas são uma das formas de trazer este debate para os estudantes (Souza, 2021, p. 12).

A análise é bastante centrada no texto em diálogo com as culturas vividas (Johnson, 2014), entretanto, Souza enfatiza que o contexto de produção, as leituras e a produção do filme devem ser levadas em conta quando este é trabalhado em sala de aula.

[8] A aproximação apresentada na figura 2 nos permite pensar algumas das continuidades na imagem do sertão nordestino, pelo menos na questão da forma, Bacurau mantém os tons vermelhos e alaranjados que também aparecem nos demais cartazes, assim como as letras em caixa alta que vemos em Vidas Secas e Os Fuzis. Em todos os pôsteres, há personagens de frente para o espectador e, ainda que Bacurau apresente algumas mudanças, ele carrega elementos dos outros três: personagens em pé como em Vidas Secas, rostos avermelhados com em Os Fuzis e personagens de destaque empunhando armas, Deus e o Diabo na Terra do Sol. Em (Veloso; Satler, 2022a) há uma aproximação de imagens entre os pôsteres de Bacurau, Os Fuzis e a na capa do álbum da trilha sonora de Deus e o Diabo na Terra do Sol.

> Para além da análise do filme em si, conhecer e analisar suas circunstâncias da produção, seu contexto político e ideológico e a recepção da obra também estão dentro das possibilidades de análise, tomando o filme como documento histórico e, portanto, cheio de significações que não são percebidas apenas no momento em que ele é produzido [...] (Souza, 2021, p. 108).

A autora conclui que Bacurau é produto de um contexto de xenofobia com o Nordeste, enquanto ainda ocorre um movimento de ressignificação da identidade nordestina/sertaneja (Souza, 2021). Em sua compreensão, a principal lição que a narrativa oferece é a da importância de conhecer sua história.

Manarairema e Bacurau: sobre visualidades, invasões e sobrevivências

Apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Língua, Literatura e Interculturalidade da Universidade Estadual de Goiás, a dissertação é de autoria de Glauber Honorato da Silva. O pesquisador analisa as visualidades do texto-filme Bacurau com o texto-literário A Hora dos Ruminantes de José J. Veiga.

> Em A Hora dos Ruminantes (2015), romance literário do escritor Jose. J Veiga, a pequena cidade de nome Manarairema é invadida de forma repentina por homens desconhecidos e misteriosos. Materializa a chegada deles a implantação de um acampamento nas proximidades do povoado, e se instaura, a partir da chegada desses homens, uma nova dinâmica social, na qual a comunidade precisa lidar em sua coletividade com os invasores. Em similitude, no filme Bacurau (2019) de Kleber Mendonça Filho e Juliano Dorneles, um pequeno povoado do sertão pernambucano é invadido por práticas de extermínio de um grupo de estrangeiros. A partir dessas invasões, impostas em ambas as narrativas, as cidades Manairarema e Bacurau são confrontadas por um regime de visualidade com intenções necropolíticas. (Silva, 2021, p. 1).

Conforme o autor, nessa pesquisa a visualidade é entendida como a percepção visual para além do sentido da visão, do ato de olhar. “Nesse caso, a visualidade está ligada a essa percepção como fato social, e envolve técnicas, mecanismos, e intenções discursivas da experiência visual e cultural (FOSTER, 1998)” (Silva, 2021, p. 1). Enquanto percurso metodológico, a pesquisa se apoia na ideia da sobrevivência das imagens proposta por Georges Didi-Huberman e Etienne Samain e o autor elabora categorias de análise para as quais produz quadros de aproximação de imagens.

Uma das aproximações de imagens realizadas que, em certa medida, dialoga com a dissertação de Souza (2021) vista anteriormente é a intitulada “As roupas dos mortos -

metáfora da vingança", que relaciona Bacurau com o filme Abril Despedaçado (2001), de Walter Salles, cuja narrativa também se passa no sertão nordestino.

Figura 4 - "As roupas dos mortos – metáfora da vingança"



Fonte: Silva, 2021, p. 85

A primeira mostra as roupas ensanguentadas dos assassinados de Bacurau: Flávio, Maciel e o pequeno , ato considerado de selvageria pelo grupo de estrangeiros, e a segunda imagem traz a cena da camisa ensanguentada do filme de Salles, "no qual a roupa impregnada de sangue mantém viva a memória do morto, e profetiza uma vingança ao responsável" (Silva, 2021, p. 86). O pesquisador entende que as roupas em Bacurau são estendidas como um símbolo de vingança, elas sinalizam a postura de *defesa* da população, já que, em sua percepção Bacurau não ocupa um lugar de violentam, mas sim de violentada:

> Bacurau pode impactar pela violência gráfica de suas imagens, assim como a pintura de Cantuária, na qual a representação de Marielle empunha a cabeça decepada do governador. Nesse sentido, algumas críticas, como a do jornalista Demétrio Magnoli à Folha de São Paulo sugerem que Bacurau enquanto filme sustenta uma apologia da violência primitiva e, utiliza o sangue como sedução. Ao nosso ver, parece simplório resumir os momentos de violência à uma estratégia visual de sedução. Uma vez que a comunidade de Bacurau não é violenta em seus códigos de convivência, haja vista a placa indicativa no início da narrativa "Se for vá na paz". Com o alerta imperativo a cidade está dizendo que é contra a guerra, mas, está pronta para se defender. **Bacurau ocupa o espaço de violentada, e não de violenta**. Se olharmos para as lutas diárias da comunidade que sofre pela falta de

> água, de comida, medicamentos e assistência política, perceberemos que a violência exclamativa não é do contra-ataque aos invasores e, sim a imposta pela negligência das autoridades governamentais. (Silva, 2021, p. 53, grifo nosso).

Como conclusão para a análise, o pesquisador propõe que os idealizadores do filme, Mendonça Filho e Dornelles, são formuladores de uma contravisualidade, considerando que o filme foi produzido diante de um cenário brasileiro de visualidades necropolíticas (Silva, 2021). Assim, compreendemos que, no que se refere aos eixos de análise do Circuito de Cultura podemos encontrar principalmente o eixo do texto em si, já que o autor realiza uma análise das imagens do filme em diálogo com as culturas vividas.

A renovação do cinema de horror no Brasil; permanências e mutações do gênero a partir de 2008

Dissertação de Gabriel Cardoso Borges Silva, apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro. Aborda o cinema de horror brasileiro a partir de 2008, ano em que o personagem Zé do Caixão de José Mojica Marins retorna às telas de cinema com o filme Encarnação do Demônio. O autor analisa mais quatro obras além da última de Mojica: Trabalhar cansa (2011) e As boas maneiras (2017), Mormaço (2018), e Bacurau (2019), nossa leitura se concentrou somente neste último, sob a hipótese de que essas novas produções se aproximam de questões sociais brasileiras, utilizando o gênero de horror como metáfora e também como forma narrativa e estética.

> Para tal serão analisados os filmes Trabalhar Cansa (Brasil, 2011) e As Boas Maneiras (Brasil, 2017), dirigidos por Juliana Rojas e Marco Dutra, Mormaço (Brasil, 2018), de Marina Meliande, e Bacurau (Brasil/França, 2019), de Kleber Mendonça Filho e Juliano Dorneles, em um diálogo com outras produções contemporâneas e com a própria sociedade da qual são produto. É sabido que o cinema de horror sempre tentou dar vazão às questões e os dilemas da sociedade, assim, a ideia é tentar identificar como os problemas resultantes de conflitos sociais são trabalhados em filmes recentes (Silva, 2021, p. 87).

A análise de Bacurau é feita no terceiro capítulo, cujo objetivo é compreender de que maneira as questões sociais brasileiras vêm sendo abordadas no cinema de gênero contemporâneo, e o filme de Mendonça Filho e Dornelles é apresentada como um filme de

ação, junto ao *western* e com toques de horror *gore*[9] (Silva, 2021), conforme *frames* da figura 5[10].

Figura 5 - Montagem com *frames* de Bacurau



Fonte: elaborada pela autoria da pesquisa (2024)

Para o autor, a intertextualidade é muito presente em Bacurau. O filme é cheio de camadas e dialoga com diversos gêneros narrativos, trabalhando com convenções genéricas porém a partir de outras chaves interpretativas. No que se refere ao Circuito de Cultura, a pesquisa propõe diálogos entre a produção, o texto e as culturas vividas.

DELEUZE E O PENSAMENTO POLÍTICO DO CINEMA O caso Bacurau

Pesquisa de Ivan de Angelis Gomes, apresentada ao ao Programa de Pós-Graduação em Filosofia do Departamento de Filosofia da Universidade Federal Fluminense, analisa o pensamento político imanente às imagens cinematográficas de Bacurau a partir dos estudos de Deleuze sobre o cinema: "Para Gilles Deleuze, a filosofia, as artes e as ciências são igualmente pensadoras e criadoras. A filosofia é a disciplina que consiste em criar conceitos,

[9] Considerado um subgênero do horror que possui cenas de violência extrema, repletas de sangue.
[10] A montagem agrupa *frames* de quatro cenas diferentes: 1. o cartaz de procura-se de Lunga (*western*); 2. o drone captura imagens do assassinato de Flávio e Maciel pelos forasteiros (ação); 3. Lunga coberta de sangue após assassinar um "gringo" (*gore*); 4. o embate entre Domingas e Michael (*western)*.

enquanto as artes criam afectos e perceptos (blocos de sensações) e as ciências, prospectos (funções)" (Gomes, 2021, p. 18).

No terceiro capítulo o autor analisa os aspectos clássicos da narrativa em Bacurau e também as relações com o cinema político. Apesar de haver aspectos do cinema clássico, Gomes compreende que o filme brinca com a expectativa do espectador, que se inicia pela falta de um personagem principal. De modo geral, o pesquisador compreende que "não há revolução em Bacurau, mas há devir-revolucionário[11]" (Gomes, 2021, p. 105).

> É através das personagens, intercessores, compostos por atores e não atores, que Kleber Mendonça e Juliano Dornelles fabulam o povo de Bacurau. As minorias projetadas nas telas, em grande parte, estão também fora delas, atuando como si próprias, na figuração e em personagens secundários, oriundas do sertão nordestino, de quilombos por onde as filmagens ocorreram. Produzir enunciados coletivos é dar visibilidade e nova enunciabilidade a um povo que ainda não existe, "é fazer existir o desprovido de direito, que não tem direito algum à fala". Fabular um povo é, em certa medida, resgatar a crença no mundo que fora rompida com o colapso dos encadeamentos sensório-motores, que tornou o homem desconectado do mundo. Fazer acreditar no mundo é suscitar acontecimentos, afirma Deleuze, e Bacurau parece propor uma imagem de resgate da crença nesse elo vital do homem com o mundo novamente, quando, por fim, o povo despacha o infame prefeito e enterra o grande vilão, cena que ganha contornos épicos sob a música de resistência guerrilheira de Geraldo Vandré, com um desfecho que nos remete à imagem de uma Canudos que vingou. Do fundo de sua cova, o alemão Michael ameaça aos berros: "isso é apenas o começo!". No entanto, o começo ou fim são irrelevantes ao povo de Bacurau. Para eles, não há o futuro ou o passado da revolução, mas o devir-revolucionário. Como diz Deleuze, "é no meio que há o devir, o movimento, o turbilhão." (Gomes, 2021, p. 112).

Ao pensarmos no diagrama de Johnson, o autor parte do texto, aspecto em que mais se debruça, e faz relações com as leituras e as culturas vividas.

NARRATIVAS CONTRA-HEGEMÔNICAS: A Sociologia e o Cinema das imagens de resistência em Bacurau

A última dissertação lida neste percurso de levantamento bibliográfico foi escrita por Francisco Alves de Oliveira Júnior e entregue ao Programa de Pós-graduação em Sociologia e Universidade Federal do Piauí. O autor traça aproximações entre o Cinema e a Sociologia a partir da análise da relação de forma e conteúdo de Bacurau, a partir de sua experiência

[11] "Ao contrário do futuro das revoluções, o devir-revolucionário está relacionado ao esgotamento do possível e à criação de novas formas de relações e modos de existências, que escapam às alternativas prescritas" (Gomes, 2021, p. 109).

como diretor de cinema, Oliveira Júnior se coloca em diversos momentos do texto, compartilhando suas perspectivas.

> Até aqui, de forma mais descritiva, pontuamos elementos narrativos que ajudam a sustentar a premissa da história de Bacurau, pontuamos também sobre a maneira que estão dispostos e suas ligações com outros cinemas ou com o universo em que a narrativa se insere, seja ele o sertão modernizado, a violência ou colonialismo. Acontece que a partir deste momento, na segunda parte do filme, onde aparecem os antagonistas; *Michael* e os norte-americanos, a linguagem do filme é violentamente invadida pelo cinema de gênero. Saindo do cinema ouço comentários como "*pareciam dois filmes em um, né?*", porque de fato há mecanismos formais de linguagem que dão esta tensão ao filme (Oliveira Júnior 2021, p. 107).

A respeito dos eixos do Circuito de Cultura identificados nesta dissertação, compreendemos que ela se relaciona, em alguma medida, com todos eles. O autor inclusive se aproveita das leituras do filme feitas por colegas sociólogos durante um cine debate para compor sua análise do filme.

QUADRO-RESUMO: como Bacurau tem sido pesquisado e o diálogo com o circuito da cultura

O quadro 3 sintetiza o exercício de perceber os momentos do diagrama de Johnson que são mobilizados em cada dissertação. O primeiro eixo escrito em cada linha do quadro é o que predomina na pesquisa e, como indicado, todas as dissertações centram sua análise a partir do texto em relação com os demais momentos/eixos, o segundo que mais aparece é as culturas vividas, seguido das leituras e por fim os aspectos da produção. Conforme Escosteguy (2008, p. 121), nas análises centradas no "[...] texto existe uma tendência à formalização, ao desaparecimento dos aspectos mais concretos da produção desses mesmos textos, negligenciando ainda a organização da instituição de onde se origina tal forma".

Quadro 3 - Quadro-resumo dos eixos do Circuito de Cultura mobilizados em cada pesquisa

Título	Eixos
BACURAU: Uma Interpretação Contemporânea da Resistência do Brasil	Texto, culturas vividas e leituras.
DELEUZE E O PENSAMENTO POLÍTICO DO CINEMA: O caso Bacurau	Texto, culturas vividas e leituras.
NARRATIVAS CONTRA-HEGEMÔNICAS: A Sociologia e o Cinema das imagens de resistência em Bacurau	Texto, culturas vividas, leituras e produção.
MANARAIREMA E BACURAU: sobre visualidades, invasões e sobrevivências	Texto e culturas vividas.
DEUS E O DIABO EM BACURAU: O sertão no Cinema Novo e na produção cinematográfica contemporânea	Texto e culturas vividas.
A RENOVAÇÃO DO CINEMA DE HORROR NO BRASIL: permanências e mutações do gênero a partir de 2008	Texto, produção e culturas vividas.

Fonte: autoria da pesquisa (2024)

Embora as pesquisas tenham o filme como ponto de partida, a conjuntura política em que Bacurau foi produzido e lançado também teve bastante destaque dentro dos trabalhos, aparecendo em todas as dissertações analisadas.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao realizarmos essa etapa de levantamento bibliográfico pudemos nos aproximar mais de Bacurau. Todas as dissertações identificadas foram defendidas em 2021 e em áreas distintas[12], mas ainda assim, foi possível traçar pontos de convergência entre elas e a pesquisa em andamento. As pesquisas indicam, em alguma medida, que Bacurau funciona como alegoria para o Brasil e seu contexto de lançamento. O filme é pensado a partir de assuntos como política, violência, identidades e resistência, são analisados tanto os aspectos de imagem como os aspectos de roteiro e produção da obra.

Consideramos estas dissertações também como leituras do filme, visto que são leituras, em gênero texto acadêmico que contribuem para entender como o filme tem sido interpretado no contexto brasileiro. No que se refere ao gênero, boa parte das dissertações

[12] Sendo apenas uma na Comunicação.

definem que Bacurau se enquadra numa mescla de gêneros, sendo os mais destacados o *western*/faroeste, *Nordestern* e a ficção científica.

Além de compreender o estado da arte do objeto, também buscamos identificar os pontos de contato das dissertações já publicadas com a nossa pesquisa, mais especificamente compreender quais eixos de análise do Circuito da Cultura poderiam ser identificados em cada uma. Na maior parte, Bacurau é analisado enquanto texto em diálogo com as culturas vividas e, ainda que haja relações com os demais eixos do diagrama, estes acabam tendo menos destaque, com exceção da última pesquisa apresentada.

As investigações encontradas compuseram a base teórica e de interlocução da nossa pesquisa. As proposições dos pesquisadores foram fundamentais para a análise de Bacurau em circuito, sobretudo a partir do eixo das leituras em diálogo com os demais momentos do diagrama de Johnson.

Por fim, compreendemos que este artigo possui a limitação de não adentrar em marcadores como gênero e localidade das autorias e suas reverberações nas pesquisas produzidas. Além de não discutir como as imagens de Bacurau são acionadas e/ou articuladas em cada dissertação, sendo estes dois possíveis pontos de retorno e ampliação do artigo. No que se refere ao levantamento, propomos dois caminhos possíveis retorno e desenvolvimento do tema: o primeiro através dos artigos que têm o filme como objeto de pesquisa e o segundo por meio de um novo levantamento, com a retomada dos bancos de dados de teses e dissertações para rastrear as pesquisas publicadas nos últimos dois anos (2022-2024), a fim de ampliar a compreensão de como o filme vem sendo pesquisado.

REFERÊNCIAS

CARVALHO, Luar Nogueira Maia. **Bacurau: uma interpretação contemporânea da resistência no Brasil**. 75 f. Dissertação (Mestrado em Estudos Culturais) - Universidade Federal do Mato Grosso do Sul, Aquidauana, 2021. Disponível em: <https://repositorio.ufms.br/handle/123456789/4244>. Acesso em 2 jan. 2023.

ESCOSTEGUY, Ana Carolina. Circuitos de cultura/circuitos de comunicação: um protocolo analítico de integração da produção e da recepção. **Comunicação Mídia e Consumo**, [S. l.], v. 4, n. 11, p. 115–135, 2008. DOI: 10.18568/cmc.v4i11.111. Disponível em: <https://revistacmc.espm.br/revistacmc/article/view/111>. Acesso em: 26 out. 2022.

GOMES, Ivan de Angelis. **DELEUZE E O PENSAMENTO POLÍTICO DO CINEMA: O caso Bacurau**. 120 p. Dissertação (Mestrado em Filosofia) - Universidade Federal Fluminense, 2021. Disponível em: https://sucupira.capes.gov.br/sucupira/public/consultas/coleta/trabalhoConclusao/viewTrabalhoConclusao.jsf?popup=true&id_trabalho=11520527. Acesso em: 2 jan. 2023.

OLIVEIRA JUNIOR, Francisco Alves de. **NARRATIVAS CONTRA-HEGEMÔNICAS: A Sociologia e o Cinema das imagens de resistência em Bacurau**. 140 p. Dissertação (Mestrado em Sociologia) - Universidade Federal do Piauí, 2021. Disponível em: https://sucupira.capes.gov.br/sucupira/public/consultas/coleta/trabalhoConclusao/viewTrabalhoConclusao.jsf?popup=true&id_trabalho=11526661. Acesso em: 2 jan. 2023.

SILVA, Gabriel Cardoso Borges. **A renovação do cinema de horror no Brasil: permanências e mutações do gênero a partir de 2008**. Rio de Janeiro, 147 p. Dissertação de Mestrado – Departamento de Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, 2021. Disponível em: <https://www.maxwell.vrac.puc-rio.br/52844/52844.PDF>. Acesso em 02 jan. 2023.

SILVA, Glauber Honorato da. **Manarairema e Bacurau: Sobre visualidades, invasões e sobrevivências**. 104 f. Dissertação (Mestrado em Língua, Literatura e Interculturalidade) – Câmpus Cora Coralina, Universidade Estadual de Goiás, Goiás, 2021. Disponível em: <https://sucupira.capes.gov.br/sucupira/public/consultas/coleta/trabalhoConclusao/viewTrabalhoConclusao.jsf?popup=true&id_trabalho=10913751#>. Acesso em 02 jan. 2023.

SOUZA, Maria de Fátima Rufino de. **Deus e o diabo em Bacurau: o sertão no Cinema Novo e na produção cinematográfica contemporânea**. 133 f. Dissertação (Mestrado Profissional em Ensino de História) - Universidade Regional do Cariri, [*S. l.*], 2021. Disponível em: <https://educapes.capes.gov.br/bitstream/capes/701437/2/DEUS%20E%20O%20DIABO%20EM%20BACURAU.pdf>. Acesso em 2 jan. 2023.

STUMPF, Ida Regina C. Pesquisa bibliográfica. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio. **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação**. São Paulo: Atlas, 2005. cap. 3, p. 51-61.

VELOSO, Amanda de Sousa; SATLER, Lara Lima. A REPRESENTAÇÃO DO CANGAÇO EM BACURAU: uma aproximação de imagens. **ANAIS DO XVI SEMINÁRIO INTERNACIONAL DE MÍDIA, CULTURA, CIDADANIA E INFORMAÇÃO**, Goiânia: PPGCOM, p. 593-612, 2022. Disponível em: https://semic.fic.ufg.br/p/47078-2022. Acesso em: 20 ago. 2024.

Os autores são responsáveis pela fidedignidade dos dados apresentados.

Entre a fluidez da cachoeira e sabedoria das raízes profundas: uma tentativa de pensar com as imagens das mulheres Kalunga[1]

Letícia Benevides Araújo Almeida[2]
Ana Rita Vidica Fernandes[3]

RESUMO

Me sinto forasteira ao pensar sobre as mulheres quilombolas. Como posso pesquisar as suas vivências sem ser uma mulher quilombola? Ou ao menos sem conhecê-la? Me lembro das imagens contadas por minha avó, minha mãe e minhas tias. Essas memórias imagéticas das mulheres da minha família se assemelham às imagens que vi nos filmes Marta Kalunga e Meada Cor Kalunga. Parto desta familiaridade que me aproxima para pensar a decolonialidade e o direito de olhar para as vivências das mulheres Kalunga.

Palavras-chave: quilombolas; mulheres Kalunga; direito a olhar; montagem.

Between the fluidity of the waterfall and the wisdom of deep roots: an attempt to think with the images of Kalunga women

ABSTRACT

Abstract: I feel like an outsider when I think about quilombola women. How can I research their experiences without being a quilombola woman? Or at least without knowing them? I remember the images told to me by my grandmother, my mother and my aunts. These imaginary memories of the women in my family are similar to the images I saw in the films Marta Kalunga and Meada Cor Kalunga. I start from this familiarity that brings me closer to thinking about decoloniality and the right to look at the experiences of Kalunga women.

Keywords: quilombolas; Kalunga women; right to look; montage.

INTRODUÇÃO

Inicio este artigo sem saber ao certo o que vou descobrir. Parto do meu sentimento de forasteira e estrangeira ao olhar para as mulheres quilombolas do meu estado, Goiás. Talvez seja o mesmo sentimento de forasteira que vivo em minha própria família. Não por me sentir fora dela, mas por não saber muito bem a minha origem. Sei que esta falta de conhecimento sobre a origem é compartilhada por diversas famílias negras que não tiveram

[1] Marta Kalunga e Analu Reis são cineastas e diretoras do filme "Meada Cor Kalunga" (2023). Elas fizeram a revisão do texto a fim de estabelecer uma relação de troca e parceria entre as autoras e as cineastas.

[2] Doutoranda pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGCOM) pela Faculdade de Informação e Comunicação (FIC) da Universidade Federal de Goiás. Bolsista da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES). E-mail: leticiabene.a@gmail.com.

[3] Doutora em História pela UFG com doutorado-sanduíche na École des Hautes Études en Sciences Sociales em Paris. Docente do Programa de Pós-graduação em Comunicação (PPGCOM/UFG). Orientadora do trabalho. E-mail: ana_rita_vidica@ufg.br.

suas vidas registradas em documentos oficiais. Mas, o que fica registrado são as memórias passadas de mãe para filha, as receitas de beiju, os pontos do crochê, os ingredientes dos xaropes e os traços em nossos corpos. O pouco que sei da minha origem são memórias das histórias contadas por minhas tias, primas, mãe e minha falecida avó, Maria Geni, que deixou Itaberaba, sua cidade no interior da Bahia, para tentar uma vida na nova capital: Goiânia.

Narro a minha história na tentativa de encontrar caminhos para pensar com as imagens das mulheres Kalunga. As memórias da minha origem parecem se aproximar das imagens que assisti nos filmes de Marta Kalunga e essa proximidade me faz querer buscar minha avó, olhar para ela como eu nunca a olhei, redesenhando a imagem de uma pessoa enferma para uma mulher negra potente. Essa escrita em primeira pessoa e íntima também revela a minha perspectiva decolonial que foge das normas brancas eurocêntricas dos modos como se deve pesquisar. Ao contrário, sigo a ensaísta negra brasileira Conceição Evaristo (2005) que escreve a partir de suas vivências, as escrevivências. Escrevo vivendo e vivo enquanto escrevo. Compartilho minhas angústias e meus sentimentos ao pesquisar. "Gosto de dizer ainda que a escrita é para mim o movimento de dança-canto que o meu corpo não executou, é a senha pela qual eu acesso o mundo" (EVARISTO, 2005, p. 219-20). E a partir das minhas vivências e as memórias das vivências da minha avó tento encontrar Marta Kalunga.

Conheci Marta Kalunga na Sessão "Cinemas negros e indígenas pra sonhar outros mundos" do Cineclube Maria Grampinho[4]. Os saberes quilombolas e indígenas foram destacados ao longo da exibição dos três curtas-metragens: Meada Cor Kalunga (Marta Kalunga, Alcileia Torres e Analu Reis de Sá, 2023); Aguyjevete Avaxi'i (Kerexu Martim, 2023); e Kuña Porã: Matriarcas Kaiowá e Guarani (Fabiana Fernandes, Daniela Jorge João, 2021). Após a sessão, aconteceu uma roda de conversa com as diretoras Marta Kalunga e Analu Reis que contaram um pouco sobre o processo de produção do filme e suas experiências. Este era o momento perfeito para fazer minha primeira aproximação com Marta, Analu, com a

[4] "Fundado e dirigido pela pesquisadora Ceiça Ferreira, o Cineclube Maria Grampinho homenageia essa personalidade da Cidade de Goiás, que com suas muitas saias, uma centena de grampos no cabelo e uma trouxa repleta de botões coloridos carregava sua história e seus sonhos. Por isso, buscando visibilizar e incentivar a criação de novas imagens e narrativas, é que este Cineclube, realizado no Sertão Negro Ateliê e Escola de Artes, tem como objetivo principal a exibição e discussão de filmes dirigidos ou protagonizados por pessoas negras. A curadoria é feita por meio do projeto de extensão "Tela Preta" e do projeto de pesquisa "Cartografias do Audiovisual Negro Brasileiro", coordenados por Ceiça no curso de Cinema e Audiovisual da Universidade Estadual de Goiás (UEG)." (CINECLUB Maria Grampinho, 2024).

comunidade Kalunga e com meu projeto, porém o sentimento de forasteira estava latente. Ainda não sabia ao certo o rumo da minha pesquisa e isso me deixou ainda mais insegura. Por isso, acabei fazendo o contato mais tarde, por telefone.

Por outro lado, ao ouvir Analu Reis, uma mulher negrindígena Pataxó e não quilombola, falar sobre a sua experiência ao dirigir o filme junto a Marta e a Alciléia Torres, mulheres quilombolas Kalunga, aflorou em mim o sentimento de pertencimento, ainda que pequeno. Na roda de conversa, Analu Reis compartilhou que as histórias que sua mãe contava sobre o quintal da infância dela na roça se pareciam com o quintal onde gravaram partes do filme. Esta fala me transportou diretamente para o quintal da minha avó, um quintal de chão batido com algumas árvores frutíferas, uma pequena casa simples no fundo e algumas estruturas inacabadas. Há anos não visitava essa memória imagética e foi a partir daquele chão marrom e do gosto de goiaba verde que eu comecei a me sentir mais próxima do tema. Parece que neste momento iniciei a emancipação do meu olhar, uma "afirmação de sua capacidade de ver o que vê e de saber o que pensar e fazer a respeito." (Rancière, 2012). A minha emancipação:

> Começa quando se compreende que olhar é também uma ação que confirma ou transforma essa distribuição das posições. O espectador também age, tal como o aluno ou o intelectual. Ele observa, seleciona, compara, interpreta. Relaciona o que vê com muitas outras coisas que viu em outras cenas, em outros tipos de lugares. Compõe seu próprio poema com os elementos do poema que tem diante de si. Participa da performance refazendo-a à sua maneira, furtando-se, por exemplo, à energia vital que esta supostamente deve transmitir para transformá-la em pura imagem e associar essa pura imagem a uma história que leu ou sonhou, viveu ou inventou. Assim, são ao mesmo tempo espectadores distantes e intérpretes ativos do espetáculo que lhes é proposto. (Rancière, 2012, p.17).

Ao olhar para as vivências na casa de minha avó, fujo da passividade e começo a criar, me vejo presente e transformadora. Me aproximo de Maria Geni e a percebo como uma mulher para além da sua enfermidade. Uma adolescente mulher que veio grávida para a capital de Goiás com seu marido e alguns filhos. Uma mulher que, ao trabalhar escondida, conseguiu dar um futuro mais seguro para as próximas gerações. Vejo sua potência, olho para a sua resistência e a percebo. Essa resistência me aproxima novamente dos quilombos. Os kilombos[5] são uma das formas de resistência que a população negra "manteve ou

[5] Ao longo do texto você verá kilombo/quilombo sendo escrito das duas formas. A primeira, iniciando com a letra "k", demarca a origem do termo "dos povos de línguas bantu (kilombo, aportuguesado: quilombo). Sua presença e seu significado no Brasil têm a ver com alguns ramos desses povos bantu cujos membros foram trazidos e escravizados nesta terra" (Munanga, 1996, p. 58). Essa escolha de grafia também revela a decolonialidade da pesquisa.

incorporou na luta árdua pela manutenção da sua identidade pessoal e histórica". (Nascimento, 1985, p. 41).

Desta forma, para pensar nas imagens das mulheres Kalunga, proponho - através da montagem de um mosaico com imagens das duas obras kilombola, as memórias imagéticas das mulheres da minha família materna e algumas fotografias pessoais - observar o cruzamento entre elas, a fim de perceber as conexões geradas, estabelecendo diferentes formas de relação entre o eu e os filmes, o privado e o coletivo, o dito e o não dito. Para isso, em um primeiro momento, faço uma revisão bibliográfica dos conceitos de direito a olhar e decolonialidade. Com essa fundamentação, parto para a apresentação metodológica sobre a montagem e uma exposição dos filmes Marta Kalunga (2022) e Meada Cor Kalunga (2023). Por fim, realizo uma montagem a partir do atlas Mnemosyne, criado por Abby Warburg e resgatado por Didi-Huberman (2013).

2. Marias[6] Geni: o olhar revela a decolonialidade

Escrevo em primeira pessoa, como se reproduzisse uma tradição das pessoas negras: a produção de conhecimento a partir das histórias contadas. Conhecimento passado por mulheres de gerações em gerações e guardados nas memórias, nas receitas e nos ritos. As histórias contadas pelas mulheres negras da minha família materna, minha avó, Maria Geni, minhas tias, Natália, Margarida e Rosana, minhas primas e minha mãe, Maria Cecília.

> Quando ouvimos as histórias das nossas avós, bisas, tias, primas, irmãs mais velhas ou mesmo as nossas, contadas ou recontadas na primeira pessoa, lançamos mão de um tradicional recurso de produção de conhecimento do pensamento feminista negro: a contação de histórias. Não se trata de oposição ou hierarquia entre oral e escrito, mas de articulação entre o que se ouve, o que se escreve e o que se lê. Uma articulação focada nos saberes de mulheres negras e que culmina em novas formas de escrita acadêmica. (Xavier, 2021, p. 54).

Faço da minha escrita um perpetuador do pensamento feminista negro das mulheres da minha família. Uma possibilidade de criar novas formas de saber acadêmico tensionando as vivências destas mulheres, com as histórias de Marta Kalunga e escrito de autoras e autores. Escrevo de forma íntima e coletiva em que juntas produzimos conhecimento negro,

[6] Maria Geni e Marta Kalunga são protagonistas do texto e das vivências que aqui exponho. Em suas histórias individuais e íntimas, tanto Maria quanto Marta, compartilham e representam uma coletividade de mulheres que também vivem histórias parecidas por serem mulheres negras brasileiras. Escolho trazer seus nomes nos títulos no plural com a intenção de representar o coletivo de mulheres que as acompanham e que se veem nestas vivências.

feminino e ancestral. As demarcações de gênero e raça, assim como, a escrita em primeira pessoa e íntima revelam a decolonialidade da pesquisa. Utilizo o termo decolonial como uma chave de leitura que permeia toda pesquisa, desde as escolhas das autoras e autores até como descrevo e redijo as vivências, tudo de forma consciente na tentativa de buscar novos caminhos para a "percepção da experiência e um desejo de desmoronamento de uma política sociocultural de apagamento e de genocídio que aflige mulheres, indígenas, negros, LGBTQI+, entre outros grupos sociais." (Gonçalves; Meirinho; Sales, 2020, p.11).

A chave de leitura decolonial proposta para guiar o pensamento com as imagens parece se aproximar do contraconialismo[7] de Antônio Bispo (2023). O pensador quilombola, utiliza o termo para negar a colonização, é a defesa das populações negras e indígenas, é a reivindicação das suas vivências:

> O contracolonialismo praticado pelos africanos vem desde a África. É um modo de vida que ninguém tinha nomeado. Podemos falar do modo de vida indígena, do modo de vida quilombola, do modo de vida banto, do modo de vida iorubá. Seria simples dizer assim. Mas se dissermos assim, não enfraqueceremos o colonialismo. Trouxemos a palavra contracolonialismo para enfraquecer o colonialismo. Já que o referencial de um extremo é o outro, tomamos o próprio colonialismo. Criamos um antídoto: estamos tirando o veneno do colonialismo para transformá-lo em antídoto contra ele próprio. (Bispo, 2023).

Imagino este antídoto do colonialismo como os xaropes que penso que minha avó preparava para minhas tias e tios. Um sabor amargo mas poderoso que garante a preservação das histórias. Contracolonializo quando converso com a minha tia Natália, a mais velha das minhas tias, que conta os detalhes de como a nossa família veio para Goiânia. Contracolonializo quando me sinto mais próxima da minha negritude ao conhecer sobre a minha família. Contracolonializo quando me permito olhar para mim, para minha mãe, minha avó, para Marta e reivindico esse olhar que foi tão negado às gerações das famílias negras.

[7] Preciso pontuar que Bispo (2023) não unifica os dois termos, decolonial e contracolonial. Para ele, o sufixo "de" compreende "[...] a depressão do colonialismo, como a sua deterioração. Compreendo o sufixo “de” como isso: depressão, deterioração, decomposição. Cabe às pessoas decoloniais, em qualquer lugar do mundo, educar sua geração neta para que não ataque a minha geração neta. Elas só são necessárias se fizerem isso, porque é isso o que é necessário fazer. E a nós, contracolonialistas, cabe inspirar a nossa geração neta para que ela se defenda da geração neta dos decoloniais e dos colonialistas. Porque sempre é importante se defender, mas não é necessário atacar agora. Não precisamos destruir os colonialistas. Deixemos que vivam, desde que vivam com o sol deles e não venham roubar o nosso sol ou o nosso vento." (Bispo, 2023, p. 33).

Direito a olhar

Ao reivindicar o meu olhar, volto ao sentimento de forasteira que me acompanha no início desta escrita. Minha família materna não colecionou muitos registros das suas vivências, talvez por minha avó ter perdido sua mãe ainda criança ou por ter se mudado de cidade adolescente. Arrisco dizer que a falta de cultivo das memórias da minha família vai além de mim. Penso como foram tiradas das famílias negras o direito de olhar para elas mesmas, como qualquer rito ou benza foram tidos como maldades. Acredito que esse meu sentimento de forasteira parte daí, de talvez só enxergar a potência dos saberes orais ao mergulhar nas autoras e autores decoloniais. Agora, me emancipo da colonialidade e me permito olhar para as minhas raízes, para a minha ancestralidade, para Maria Geni, para Marta Kalunga. Ao tentar encontrar minha avó, me reconheço e deparo também com as kilombolas. Reivindicamos, juntas, nosso direito a olhar a partir da contação de história, das subjetividades e objetividades das mulheres negras brasileiras:

> Você, ou seu grupo, permite que um outro te encontre, e ao fazê-lo, você encontra tanto o outro quanto a si mesmo. Isso significa requisitar o reconhecimento do outro a fim de ter um ponto de partida para reivindicar um direito e determinar o que é certo. É a reivindicação a uma subjetividade que tem autonomia para organizar as relações do visível e do dizível. (Mirzoeff, 2016, p. 746).

O direito a olhar vai além da biologia, começa da intimidade, do pessoal, das trocas. O primeiro olhar da mãe sobre o seu filho, o olhar que revela o amor, a solidariedade, a amizade. "O direito a olhar reivindica autonomia, [...] pleiteia uma subjetividade e coletividade políticas: “o direito a olhar. A invenção do outro.” (Mirzoeff, 2016, p. 746). Antagônico a autonomia do direito a olhar está a autoridade da visualidade. Para Mirzoeff (2016) a visualidade é o que está dado como padrões estéticos e formais a serem seguidos, são as histórias perceptíveis à autoridade. Compreendo a visualidade como o colonialismo que atribui valor apenas às narrativas brancas, masculinas e eurocentradas. "A visualidade era considerada masculina, em tensão com o direito a olhar que tem sido descrito em diferentes situações como feminino, lésbico, queer, ou trans." (p. 747).

Mas será possível construir uma visualidade negra, feminina, latina e quilombola? Me aproprio de Bispo para responder essa questão. O autor, ao ser questionado por um pesquisador de Cabo Verde sobre como poderia contracolonizar falando a língua colonizadora, responde em pegar essas palavras da visualidade e enfraquecê-las, criando nossas próprias palavras, brincando com elas, como se espantasse seu significado, criando

novos. Então, assim como para Mirzoeff (2016), não é possível criar uma visualidade kilombola, mas sim a contravisualidade, o direito a olhar para as mulheres Kalunga, para minha família e para mim mesma.

> É a reivindicação performativa de um direito a olhar onde tecnicamente ele não existe que coloca a contravisualidade em jogo. Como a visualidade, ele relaciona aspectos formais e históricos. O direito, no direito a olhar, contesta primeiramente o direito de propriedade sobre outra pessoa, insistindo na autonomia irredutível de todas as pessoas, antes de qualquer lei. A autonomia implica uma realização das reivindicações iluministas por direitos no contexto da colonialidade, com ênfase no direito à subjetividade e à contestação da pobreza. (p. 750)

Assim, para explorar a minha contravisualidade, o direito a olhar, o contracolonialismo, parto para a montagem visual porque acredito na capacidade que as imagens em contato com outras imagem têm de revelar essa reivindicação e explorar as subjetividades íntimas e coletivas. As imagens cruzadas, assim como as palavras em conjuntos formam frases e os sons músicas, "são capazes de promover "ideias" ou "ideações", isto é, *movimento de ideias*" (Samain, 2012, p. 23).

Martas Kalunga: Montagem para pensar com as imagens

O Atlas Mnemosyne foi criado por Aby Warburg em 1924 e resgatado por Didi-Huberman (2013) e Samain (2012). O atlas de Warburg reuniu milhares de fotografias em telas negras porque acreditava que as imagens em conjuntos podiam dizer coisas ainda não ditas. Além de um resumo imagético, essas montagens criam um pensamento por imagem, uma memória no trabalho. (Didi-Huberman, 2013). As memórias reacesas pelo cruzamento das imagens dá origem ao nome Mnemosyne, a deusa da memória. Penso como a memória é importante para essa pesquisa, é através das memórias que tenho da minha avó e das histórias contadas que produzo este artigo. Através das memórias que Marta compartilha suas vivências kilombolas e as captura nos dois filmes. Mnemosyne é "mais que uma memória viva do passado passional e patético de parte das culturas humanas. Ela é a memória coletiva de nosso presente e de nosso futuro cultural." (Samain, 2012, p. 65).

O atlas permite criar um conjunto de imagens que se relacionam entre si ao expor o arquivo inteiro. O cruzamento imagético, a montagem, permite "pôr em cena todas as heterogeneidades possíveis" (Didi-Huberman, 2013, p. 385). Uma heterogeneidade própria das mulheres diversas que somos, ora tocadas por semelhanças e dessemelhanças das nossas vivências. Ao construir esta montagem, "as imagens atravessam nossas histórias

coletivas e as reconfiguram numa duração intemporal" (Samain, 2012, p. 59). Imagens anacrônicas, dos anos 1940 quando minha avó era adolescente em uma jardineira se mudando para Goiânia; de 2023 no tecer de Meada Cor Kalunga; nas fotografias dos anos 1990 quando eu arrastava no quintal de minha avó; e em 2022 onde Marta dança nas pedras de uma cachoeira, imagens em momentos distintos, em espaços distintos, mas que constroem as nossas histórias coletivas. Histórias, memórias e imagens de mulheres negras que são reencontradas, rememoradas, recontadas a cada momento em que tocam os nossos olhos.

> [...] Portanto, o anacronismo fundamental de Mnemosyne é inteiramente justificado pelo conceito que seu próprio título designa. A memória não se decifra no texto orientado das sucessões históricas, mas no quebra-cabeça anacrônico - sarcófago com selo postal, ninfa antiga com golfista contemporânea - das "sobrevivências da Antiguidade". (Didi-Huberman, 2013, p. 401).

As montagens são uma forma de expor visualmente as irregularidades do tempo que atuam em todas as sequências da história. Percebo esse descompasso quando tento montar a história da minha família, quando vou atrás dos caminhos que Maria Geni fez, quando encontro fotografias de rostos que encontro semelhanças com o meu mas pouco sei de onde vem. E monto a história da minha família na tentativa de também me encontrar.

Escolho fazer a montagem em uma tela preta porque os espaços entre as imagens, segundo Didi-Huberman são o meio que rodeiam e pode revelar o que esta entre elas. Para Samain (2012) o mundo sem as imagens ficaria em trevas e por isso as telas pretas seriam como esse espaço de iluminação, os pontos de luz, como as estrelas que iluminam a noite e guiam os caminhos.

> [...] o atlas da memória errática, pautada pelo inconsciente, saturada de imagens heterogêneas, invadida por elementos anacrônicos e imemoriais, assediada pelo tom negro das telas de fundo, que amiúde desempensa o papel de indicador de lugares vazios, de elos perdidos, de lacunas da memória. Sentido da memória feita de buracos [...] (DIDI-HUBERMAN, 2013, p. 406).

As telas negras se aproximam das memórias porque entre um esquecimento e outro há uma imagem, um rastro, um cheiro, uma cor, um olhar, sinais de uma história. Ao ouvir Marta, minhas tias, minha irmã, minhas primas, minha mãe, aprendo, conheço, sou iluminada por esses saberes ancestrais que me fazem prestar atenção aos detalhes e aos intervalos que dão "uma oportunidade de observar como se abraçam e se separam, como lutam e se misturam, como se afastam e se tocam os elementos de uma intricação"

(DIDI-HUBERMAN, 2013, p. 419). E monto para encontrar a imagem das mulheres Kalunga guiada por Marta, Analu, Alciléia, Maria Cecília, Maria Geni.

Apresento a Montagem "Entre a fluidez da cachoeira e sabedoria das raízes profundas" realizada a partir das cenas dos filmes Meada Cor Kalunga (2023) e Marta Kalunga (2022) e as memórias da minha família. Desta forma, quem lê pode criar seus próprios cruzamentos e aproximações, preenchendo os espaços negros com suas memórias e conhecimento.

Figura 1 - Montagem "Entre a fluidez da cachoeira e sabedoria das raízes profundas"



Fonte: das autoras

Meada Cor Kalunga[8]

Meada Cor Kalunga (2023) é o curta-metragem documental dirigido por Marta Kalunga - Mestra da cultura popular Kalunga, artesã, tecelã, guia de turismo, empreendedora, fundadora e idealizadora da Casa Memória da Mulher Kalunga, Hostel Kalunga e do Cineclube Lió Mãe Preta; Alciléia Torres - kilombola Kalunga, é escritora, poetisa, acadêmica de jornalismo, "é guardiã da ancestralidade Quilombola Kalunga, colaboradora da Rede Kalunga Comunicações e da Agência Jovem de Notícias"; e Analu Reis - negrindígena Pataxó, mãe do Ayrá, bacharela em Cinema e Audiovisual IFG, é "produtora cultural e colaboradora da Casa Memória da Mulher Kalunga e do Cineclube Lió Mãe Preta"[9]. A narrativa acompanha a vivência da Dirani Kalunga e Marta Kalunga no preparo e tintura das meadas. A obra é conduzida pela pergunta inicial de Marta, que questiona a sua cumadi[10] Dirani o que ela gostaria de mostrar para as pessoas que vão assisti-la. O filme tem duração de 23 minutos e é composto de imagens capturadas em Vão das Almas, quilombo Kalunga, nas águas correntes do cerrado goiano e nos caminhos em contato com as árvores retorcidas deste bioma.

O filme começa todo em branco, como se iluminasse nossas memórias, aos poucos ouvimos a voz de Marta conversando com sua cumade Dirani e a pergunta o que ela acha de estar contando sua história e fazendo parte do filme. O quadro se revela e conhecemos Dirani, participamos da conversa como se estivéssemos em roda. Me sinto íntima das duas, como se me convidassem a participar e conhecer suas histórias. Dirani, logo responde Marta:

> Eu tô achando muito bom, né, que aqui foi muito isolado por conta das coisa, né. E eu tô achando muito bom porque dipois que você faz uma coisa dessas, você tem uma disposição maior com as coisas sua pra vender com tudo. Se você não fazer nada, você fica muito isolado, ce tem as coisas mas ce não pode vender nada, ce

[8] O filme Meada Cor Kalunga (2023) ainda não está disponível para a comunidade por estar em circulação em festivais de todo país. Alguns dos festivais que o documentário já passou são: 25ª edição do Festival Internacional de Cinema Ambiental (Fica) na Cidade de Goiás, 1ª Mostra de Cinema dos Quilombos, Festival Águas Correntes em Goiânia. 3º Semana de Cinema Negro de Belo Horizonte. Marta comenta que logo mais o filme estará disponível no YouTube da Casa Memória da Mulher Kalunga.

[9] As informações foram retiradas das biografias do Instagram das diretoras (@martakalunga, @alcileia_torres, @anaalureis) e da notícia "Cineclube da Luluzinha exibe “Meada cor Kalunga” em penúltima sessão do projeto" produzida pelo Portal do Governo do Estado de Goiás, 2024. Disponível em: https://goias.gov.br/cultura/cineclube-da-luluzinha-exibe-meada-cor-kalunga-em-penultima-sessao-do-projeto/ . Acesso em: 8 ago. 2024.

[10] Escolho escrever "cumadi/cumadis" da forma como Marta e Dirani falam para reforçar a perspectiva decolonial do texto e também aproximar a escrita da comunidade Kalunga.

> não tem palavra pra tá vendeno as coisas, né. E dipois de uma coisa dessas, todo mundo ta veno, as coisa vai desenrolar mais com a venda. (Dirani Kalunga, 2024).

Dirani, ao participar do filme e contar sua história, reivindica o seu olhar sobre suas vivências, sobre suas vendas. Ao estrelar o curta contando ela própria sua vida, seus fazeres, suas danças e guiada por outras mulheres Kalunga, vê a possibilidade de retirar as fronteiras do isolamento e das visualidades construídas pela colonialidade. Dirani percebe como a feitura do filme estabelece uma contravisualidade, uma contracolonialidade de suas vivências como uma mulher kilombola, de suas manualidades e meadas, do seu trabalho, permitindo o seu direito a olhar, a tecer, a guiar, a ser, a existir e reivindica o olhar do outro sobre sua história.

Ao invés de contar sua história em frente a câmera, parada, sentada, exposta ao olhar do outro, como vemos em documentários que reproduzem o complexo da visualidade que classifica, separa e estetiza, o Meada Cor Kalunga (2023) faz sua contravisualidade. Arrisco dizer que Marta, Dirani, Analu e Alciléia criam uma quilombovisualidades ao construir o filme. Ao contrário de Dirani sozinha, isolada, a vemos junto de Marta, compartilhando e mostrando seus conhecimentos aos olhos e ouvidos atentos de Marta e todas e todos que assistem ao curta. Desta forma, escolho iniciar a montagem com a imagem das duas cumadis Dirani e Marta neste momento íntimo e compartilhado (imagem 1).

Agora, somos transportados para as vivências de Dirani. A cena se abre e vemos Dirani se arrumar, ela coloca seu turbante, passa batom e depois hidrata sua pele. Neste momento lembro da minha mãe que nunca sai de casa sem passar seu batom ou sem arrumar seus cabelos, que sempre passou hidratante em minhas canelas para não ficarem acinzentadas. Lembro também do espelho de moldura laranja que reflete Dirani que, da mesma forma, compôs a parede dos nossos quartos por anos. A escolha de iniciar a história de Dirani com seu autocuidado mais uma vez revela a contracolonialidade do filme porque sabemos que por muitos anos o único lugar que mulheres negras ocuparam no Brasil e no mundo foi o lugar do trabalho, de servir. O Meada Cor Kalunga (2023) mostra a imagem da mulher Kalunga vaidosa, bela, potente, colorida, hidratada e que nos convida a sorrir com ela.

Posteriormente, Dirani e Marta desenrolam a meada enquanto conversam e trocam risadas (imagem 2). As duas estão sentadas uma ao lado da outra de baixo de um pé de manga e me lembro do quintal da minha avó. Um quintal de chão batido com algumas

árvores frutíferas, uma delas era um pé de manga enorme que eu, junto com meus primos e irmã, adorávamos subir na tentativa de pegar a manga mais doce. Mais uma vez me sinto próxima, como se conhecesse um pouco dessa história.

Fico com vontade de unir a montagem este quintal da minha avó, mas não encontro nenhuma fotografia, então, deixo um espaço vazio para que seja preenchido com minhas memórias e com as memórias de quem lê. Penso que os quintais destas casas, da Dirani, da minha avó e de tantas outras mulheres negras, são um espaço para o cultivo, para os filhos, netos, sobrinhos brincarem, para as cumadis compartilharem suas histórias, para festejar mais um ano de vida, para trabalhar, para dançar e cantar, para criar memórias. Vejo como o quintal pode ser uma extensão destas mulheres onde dão frutos, onde criam raízes ancestrais e cultivam conhecimento. Para Bispo (2023) o quintal é a parte essencial da casa no quilombo.

> Qual é a parte mais necessária de uma casa no quilombo? É o quintal. Na verdade, são várias; a cozinha é necessária também, todo mundo chega pela cozinha. Mas o quintal é essencial porque é onde as crianças aprendem a fazer tudo. É também onde guardamos espaço para construir a casa de quem vai nascer, as casas das próximas gerações. Na casa da minha filha, por exemplo, há espaço para fazer a casa do filho dela. Nossas casas são pensadas com espaço para fazer outras casas. (Bispo, p. 37, 2023).

Após desenrolar as meadas no quintal, Dirani e Marta preparam a primeira tintura ao socar o "cabelo de nego" no pilão. Logo em seguida, vemos as cumadis em um rio, onde pescam e lavam algumas roupas. Novamente lembro das memórias da minha avó, quando veio para Goiânia, seu marido, meu avô, não a deixava trabalhar. Porém, ela aproveitava enquanto ele estava fora e recolhia as roupas da vizinhança para lavar. Assim, sem seu marido saber, conseguia uma fonte de renda para cuidar de seus filhos e de si. Minha avó teve 18 filhos nascidos e 21 partos, e mesmo com tantas crianças e com um marido que gastava todo o dinheiro com bebida, continuou. A imagem de uma senhora frágil e debilitada após 2 AVCs se reconstroi ao retomar essas memórias e lembrar quanto conhecimento minha avó passou para a minha mãe que hoje me ensina. Conhecimento ancestral, passado pela oralidade e aprendido por mim naquele quintal, ao ver as minhas tias preparando o beiju ou ao me colocarem para varrer a casa ou ainda ao cuidar das minhas primas mais novas. Com um olhar sensível, elas me ensinaram tanto, com afeto e amor.

Quero incluir o retrato da minha avó na montagem, peço para as minhas tias, irmã, primas e mãe que me ajudem com essa busca, porém, todas as fotos que recebi da minha

avó ela já estava adoentada. Esta dificuldade de encontrar o retrato de minha avó revela o sintoma da invisibilidade de sua história e para contemplá-la coloco seu nome na montagem "Maria Geni" para que esteja ali, presente, com suas memórias, força e conhecimento.

Enquanto estamos no rio com Dirani e Marta ouvimos em off uma conversa das duas cumadis. Marta compartilha um pouco da lida do dia a dia, das vivências e da história de Dirani:

> Você trabalha com a lida da roça, com a lida da casa e ainda cuida do seu pai né que mora com você que ficou doente [...]. Você mexe em tudo, você vai pro mato, você pega um trem, você pega uma lenha, você vai pra roça, você capina, você cata o coco, você vai pro rio, você pesca o peixe e, olha, você faz o sabão. (Marta Kalunga, 2023).

Ao ouvir as cumadis e assistir as cenas do filme penso como a imagem das mulheres Kalunga é uma imagem potente e forte como os galhos retorcidos do cerrado, mas delicada e gentil com seus vestidos rodados, turbantes coloridos e batom vibrante. Como a imagem dessas mulheres revelam seu cuidado com os outros e com a terra. Percebo as Kalunga como mulheres portadoras de um conhecimento único, vindo da terra, vinda dos caminhos do cerrado, vindo de outras mulheres, conhecimento profundo como as raízes do nosso bioma que vai buscar água no âmago do mundo. A meada que Dirani tece carrega sua história, carrega conhecimento trançado em milhares de linhas e teias que conectam as vivências das mulheres negras brasileiras.

Logo em seguida, somos levados ao meio do cerrado, vemos Dirani e Marta cortarem a casca do tronco do jenipapo que revela seu tom vermelho vibrante (imagem 3). Escolho trazer esta imagem para a montagem porque este é um conhecimento ancestral e Kalunga. Os olhos coloniais passam despercebidos ao vermelho que esta árvore esconde. O tronco da sucupira também é cortado para o preparo da tintura amarela.

Percebo essas árvores como parte das mulheres Kalunga. O jenipapo que ao mostrar seu vermelho também tinge a mão de Marta e Dirani de preto, registrando sua presença. A sucupira, uma árvore enorme e robusta com troncos grandes e retorcidos, floresce no alto do cerrado colorindo com flores lilás como o batom que Dirani usa no começo do curta. Depois de recolherem esses produtos, as cumadis voltam para a casa de Dirani para preparar as tinturas. As meadas são coloridas de amarelo, preto e laranja e são penduradas no varal para secar e absorver as cores.

Em roda, Dirani e Marta dançam e cantam como se despedissem de quem as assistiu. Se despedem não com adeus mas sim com um até logo, com um convite de conhecer o trabalho de Dirani, com o convite de visitá-las e de experienciar essas vivências. Dirani gira seu vestido vermelho enquanto bate palmas, canta e sorri no fim da tarde. Outras pessoas da família fazem parte deste momento, batucando alguns instrumentos e batendo palmas.

O filme termina ao voltar na primeira cena da conversa com as cumadis, as duas estão sorrindo e mostram "as mãos da mulher Kalunga" (Dirani, 2023). Mostram suas mãos tingidas pelo jenipapo (imagem 4). Reflito sobre esta fala de Dirani, as mãos tingidas são rastros do seu trabalho com jenipapo, mãos que mostram que essas mulheres são portadoras de machados e facões para tocar as cascas grossas das árvores mas que também portam unhas coloridas. As mãos das mulheres Kalunga que carregam a memória do trabalho, que dá pistas do seu tear.

Marta Kalunga

O Marta Kalunga é um média-metragem de 30 minutos produzido na cidade de Cavalcante, Goiás. O documentário foi dirigido por Marta Kalunga, Lucinete Aparecida de Morais, "licenciada em história, doutoranda e mestra em antropologia social e especialista em direitos sociais do campo e desenvolvimento regional e planejamento turístico."[11] e Thaynara Rezende, "graduada em Cinema e Audiovisual na Universidade Estadual de Goiás, há sete anos dedica-se a Direção e Direção de Fotografia Cinematográfica". O filme conta a história de Marta Kalunga que nos leva entre as cachoeiras e a vegetação retorcida do cerrado para acompanhar suas vivências.

O filme começa apresentando algumas vegetações do cerrado goiano. Logo em seguida, percebemos que estamos acompanhando Marta no pau de arara que nos leva por seus caminhos. Essa cena me levou diretamente para a memória afetiva da viagem da minha avó da Bahia para Goiás. Minha tia Natália, a irmã mais velha dos 18 filhos, conta que vieram de jardineira, um transporte coletivo, uma espécie de ônibus aberto, sem vidros nas janelas. Quero incluir estas imagens (o pau de arara e a jardineira) na montagem porque são transportes que parecem se conectar mesmo com 80 anos de diferença.

[11] Informações retiradas da página de premiação do "Prêmio Pierre Verger" em 2024. Disponível em: https://premiopierreverger.com/2024/filme-etnografico/marta-kalunga/ Acesso em: 9 ago. 2024.

As jardineiras (imagem 6) não são mais utilizadas como transporte coletivo, mas foi o início do transporte rodoviário. O pau de arara é um meio de transporte considerado clandestino mas que consegue se locomover por estradas difíceis que alguns ônibus tradicionais não conseguem chegar. Será que a clandestinidade deste transporte está nos olhos coloniais? O pau de arara carrega famílias há gerações permitindo o acesso em regiões isoladas, conectando as pessoas e permitindo o direito à mobilidade. Escolho trazer o pau de arara (imagem 5) para a montagem porque foi o meio de transporte que Marta nos apresenta e nos convida a conhecer sua história e seus caminhos. Em conjunto, peço para a minha irmã Daniela, designer e apaixonada por arte, desenhar a memória da nossa avó na jardineira vindo de Itaberaba para Goiânia. Incluo esta memória desenhada e a cruzo na montagem.

Após acompanhar Marta entre as trilhas e cachoeiras, entramos em sua casa. Neste momento íntimo de luz baixa, ela nos conta um pouco da sua história enquanto mostra seu trabalho. Marta conta como se entristece ao ouvir como as pessoas de fora os enxergam como preguiçosos. Marta contesta este olhar colonizante e redutor.

> Kalunga não é preguiçoso não. Kalunga tem uma força, tem um saber. Cada um no seu quintalzinho tem a mandioca, tem a cana, tem um pé de chuchu, tem um pé de cana, né. Tem as nossas plantas medicinais, muita gente vem atrás de nós para saber o que que temos para uma gripe, para um catarro no peito né e a gente sabe. Então, o que eu vejo e o que eu acho é as pessoas que não entendem direito o que que é o povo Kalunga. O Kalunga é sábio. (Marta Kalunga, 2022).

Este trecho do filme revela como, ainda hoje, o olhar colonialista, redutor, que segrega, separa e estetiza populações inteiras. Os filmes como estes vêm na contramão e garante a reivindicação das mulheres quilombolas a olharem para suas próprias histórias e a contá-las. Marta Kalunga cria quilombovisualidades ao falar como o povo Kalunga é sábio, é forte, é produtor de conhecimento e saberes únicos e ancestrais. Marta ainda reforça como desde criança trabalhava na roça, cuidava dos animais e colhia os grãos. Ao mesmo tempo que Marta fala e mostra o seu trabalho, também questiona o porquê de tanto trabalho. Ela fala que viu um carro pela primeira vez aos 8 anos, mas que também andou de helicóptero com a mesma idade. Neste momento ela nos encara e sorri (imagem 7), como se dissesse que suas experiências não são limitadas ao espaço em que nasceu. Quebra a expectativa colonial que reduz as comunidades kilombolas ao sofrimento, à falta de experiência, ao isolamento e à preguiça. Marta ao encarar a câmera nos diz que ela existe. Ela exerce o

direito de olhar. Escolho trazer este olhar reivindicativo de Marta para a montagem porque essa imagem nos faz olhar para nós mesmos. Nos faz sentir vergonha da perspectiva colonial e nos fazer criar uma quilombovisualidade da mulher kalunga.

Posteriormente, vemos algumas cenas da cidade e entramos com Marta em um bar. Fico intrigada com este momento que é tão diferente das cenas apresentadas até agora. Vou atrás de mais informações do documentário e encontro uma entrevista de Marta feita por Ingrid Martin para o Projeto Colabora em 2024. Na entrevista, Marta revela outras histórias de sua vida que não aparecem no filme e conta como foi dirigí-lo. Nesta cena em especial, Marta conta que ao receber o convite de dividir a direção do filme de sua vida com Lucinete ela exigiu uma condição:

> Mas com uma condição: quero uma cena no bar dos homens. Porque, nesses ambientes, não entram mulheres; eles proíbem, mas eu entro onde eu quiser. Convidei um amigo francês para fazer a cena. O filme ficou pronto. A partir daí, portas começaram a abrir. (Marta Kalunga, 2024, Projeto Colabora)[12].

Marta ao entrar onde ela quiser leva milhares de mulheres com ela. Marta reivindica seu direito de estar e existir da sua forma, independente do seu gênero, raça, classe, vivências. Mulheres como Marta revolucionam a histórias e constrói novos caminhos, caminhos contracoloniais, guiados por mulheres kilombolas, ancestrais, fortes e delicadas. Nesta mesma entrevista Marta conta um pouco mais sobre a Casa Memória da Mulher Kalunga, projeto de fortalecimento comunitário das mulheres quilombolas do território Kalunga. O ponto de memória oferece cursos profissionalizantes e conta com um espaço para venda dos produtos fabricados pelas mulheres.

> O valor arrecadado é passado direto a quem plantou e colheu os insumos para fabricar os doces de cajuzinho do Cerrado com rapadura, licor de Mutamba, Gersal (que é gergelim moído com sal), temperos, farinhas de mandioca, arroz Kalunga, óleos, baunilhas, sabão de tingui, cachaças artesanais, cúrcuma, sementes e castanhas. “Mas só entrego o dinheiro dos produtos para as mulheres, porque os maridos queriam receber por elas. Eu cresci vendo isso; isso me revolta demais. Homem não entra aqui para receber o dinheiro das mulheres”, conta Marta – atualmente, 32 mulheres participam do projeto. (Projeto Colabora, 2024).

Marta ao repassar o valor para as mulheres kilombolas contribui com que outras se libertem da estrutura machista e constituam sua própria independência. Marta ao ocupar o espaço negado às mulheres, permite com que outras mulheres ocupem os espaços. Marta

[12] Você encontra a entrevista completa no editorial "Da fuga à vitória: meu nome é Marta, Marta Kalunga" do Projeto Colabora, 2024. Disponível em: https://projetocolabora.com.br/ods5/da-fuga-a-vitoria-meu-nome-e-marta-marta-kalunga/. Acesso em 9 ago. 2024.

cria quilombovisualidades e ao fazer, leva gerações de mulheres com ela, dentro e fora do kilombo Kalunga. Marta reivindica seu olhar e constrói sua própria imagem do que é uma mulher Kalunga. Uma mulher aguerrida e delicada, destemida e amada, vaidosa e determinada, leve como a cachoeira e profunda como as raízes do cerrado. Assim, escolho trazer para a montagem a imagem de Marta no bar (imagem 8) com seu amigo francês, bebendo sua cervejinha, compartilhando histórias e jogando sinuca porque revela a diversidade do que é ser uma mulher Kalunga.

Logo em seguida, vemos Marta tear, neste momento ela conta um pouco mais sobre A Casa Memória da Mulher Kalunga e como este projeto está sendo criado para que "a nossa cultura renda, para que a nossa cultura nos expanda, para que a nossa cultura mostre quem somos" (Marta Kalunga, 2023). Marta também relata os assédios que sofrem com os homens estrangeiros que acham que podem escolher a Kalunga que quiserem, as colocando como objeto de desejo e consumo, como se pudessem escolher em uma prateleira. Em uma destas situações, Marta relata que avisou que iria mostrar para este homem o que era a mulher Kalunga, ela portou seu facão e colocou este homem para correr. Marta também relata como muitas mulheres Kalunga trabalham e seus maridos pegam todo o dinheiro para gastar com bebida e permanecem nesta situação por conta dos filhos e por terem sido criadas assim. Mas Marta aconselha que as mulheres vivam a sua própria vida e que juntas preservem suas memórias.

Estas histórias contadas por Marta me fazem lembrar das histórias que sempre ouvi do meu avô que não permitia que minha avó fizesse seu dinheiro. O dinheiro que ele produzia era gasto em jogos e álcool. Para reverter esta situação, às escondidas, Maria Geni fazia seu próprio dinheiro ao lavar as roupas da vizinhança. Essa memória dos anos 1950, quando acredito que isso acontecia na minha família, me transporta para os conselhos de minha mãe que sempre dizia para que eu e minha irmã não dependesse de homem. Percebo agora este conselho como ancestral vindo da experiência da minha avó e das vivências da minha mãe. Minha mãe criou duas mulheres feministas que podem construir seus próprios patrimônios, que podem pensar em estudar antes de ter uma família, que podem escolher os seus próprios caminhos. Marta Kalunga é agente de transformação para as mulheres Kalunga assim como Maria Geni foi para as mulheres da minha família. Histórias de mulheres que em coletivo construíram suas fortalezas e carregaram suas memórias.

Ao dançar em uma cachoeira, o filme se encerra com a delicadeza e potência de Marta que flui como as águas.

Considerações Finais

Ao montar as imagens, aproximar as vivências de Marta das minhas, ao redesenhar as memórias da minha avó, ao ser despida pelo olhar de Marta, me percebo. Aquele sentimento de forasteira da minha própria família diminui ao conversar com a minha mãe e minhas tias no processo de escrita deste artigo. Descubro junto com a minha irmã, uma página no Facebook onde milhares de Benevides tentam se encontrar, compartilham fotos antigas para que os participantes completem as histórias. Uma família negra que tem poucos registros dos seus ancestrais mas muita memória guardada e vontade de remontar essas histórias. Me permito olhar para as minhas próprias vivências e emancipo a minha avó de sua enfermidade.

Ao encarar essas imagens em conjunto percebo a reivindicação do olhar de Marta. Percebo que ela sempre está em coletivo, sempre junta a Dirani, em Meada Cor Kalunga (2023) e sempre acompanhada de sua tia avó Lió, mãe preta em Marta Kalunga (2022). Junta a seus ancestrais, Marta é guiada e nos guia pelas trilhas de Cavalcante em que dança e canta para guardar e perpetuar essas memórias. Na sua meada, Marta ajuda outras mulheres quilombolas a se emanciparem, a garantirem sua independência financeira e a olharem para si.

Retomo a pergunta inicial deste texto, qual é a imagem das mulheres Kalunga a partir dos filmes dirigidos e protagonizados por Marta Kalunga? Digo que esta imagem é difícil de definir, ela é complexa e aberta, ela se amplia e se afasta da colonialidade, a todo momento que conheço um pouco mais da suas histórias. Eu diria que as mulheres Kalunga são fluidas como a água corrente das cachoeiras que dançam, tecem, riem, vivem, amam, namoram, transam. As mulheres Kalunga são como as raízes do cerrado, transportam um conhecimento ancestral, são sábias, curandeiras, plantam e colhem seus alimentos, ensinam a curar. As mulheres kalunga portam machados, batons, facões, tinturas, agulhas, turbantes, colares, unhas pintas, lenha, folhas, câmeras, microfones, livros, celulares, computadores, volantes, cerveja. As mulheres Kalunga criam quilombovisualidades. Elas são contracoloniais e reivindicam seu direito de olhar, de existir, de locomover, de ser mulher negra, de habitar.

Estas imagens são "pistas, iscas, por vezes obsessivas e sempre necessárias, construídas, reconstruídas, esquecidas ou reencontradas no desenrolar do tempo humano. Nômades, mutantes, fantasmagorias ou evanescências" (Samain, 2012, p. 62-3). Estas imagens das mulheres Kalunga são um vestígio inicial da pesquisa que podem ser a todo momento reconstruída quando meu olhos tocam novamente nestas imagens ou quando converso com minha mãe e minhas tias, quando troco mensagens com Marta ou quando conheço mais sobre as vivências das mulheres kilombolas.

REFERÊNCIAS

BISPO, Antônio dos Santos. **A terra dá, a terra quer**. São Paulo: Ubu Editora/ PISEAGRAMA, 2023.

CINECLUB Maria Grampinho. **Cinemas negros e indígenas [material didático complementar] : para sonhar outros mundos**. Zanza Gomes, Shay Santana, Ceiça Ferreira, Mirna Anaquiri, Hingred Guimarães. 2024. Disponível em: https://drive.google.com/file/d/1QqoNN-bNAN0nCYOIdwC680rt90NYmskV/view Acesso em: 3 ago. 2024.

EVARISTO, Conceição. Gênero e etnia: uma escre(vivência) de dupla face. In: BARROS, Nadilza Martins de; SCHNEIDER, Liane (Orgs.). **Mulheres no mundo: etnia, marginalidade e diáspora**. (Vol. 5; 2ª edição). João Pessoa: Idéia, 2020, p. 218 - 229. Disponível em: . Acesso em: 1 ago. 2024.

GONÇALVES, Fernando; MEIRINHO, Daniel; SALES, Michelle. Decolonialidade e política das imagens: tensões e agenciamentos. In: Dossiê Decolonialidade e Políticas das Imagens. **Revista Logos** - Vol.27. No 03 (2020). Rio de Janeiro: UFRJ, p.8-15, 2020.

MARTA KALUNGA. Direção: Marta Kalunga, Lucinete Morais e Thaynara Rezende. Pesquisa: Lucinete Morais. Roteiro: Marta Kalunga e Lucinete Morais. Produção Executiva: Lucinete Morais. Produção: Lucinete Morais e Marta Kalunga. Cavalcante. Goiás. Brasil, 2022 (30 min).

MEADA COR KALUNGA. Direção: Marta Kalunga, Alcileia Torres e Ana Luíza Reis. Roteiro: Marta Kalunga e Dirani Kalunga. Direção de Fotografia: Ana Luíza Reis e Alcileia Torres. Captação de Som: Lak Shamra, Alcileia Torres e Jhessyca Fernandes. Assistente de Fotografia: Lak Shamra. Produção Geral: Marta Kalunga e Sol Gil. Montagem: Ana Luíza Reis e Lak Shamra. Desenho de Som: Lak Shamra. Still / Making Of: Alcileia Torres, Sol Gil e Ana Luíza Reis. Vão das Almas, Goiás. Brasil, 2023 (23'17'').

MIRZOEFF, Nicholas. O direito de olhar. In: **Revista Educação, Temática, Digital**. Vol. 18, n.4. Campinas : São Paulo, 2016.

MUNANGA, Kabengele. Origem e histórico do Quilombo na África. In: Revista USP, n. 28, São Paulo, 1996. Disponível em: https://revistas.usp.br/revusp/article/view/28364/30222. Acesso em: 2 ago. 2024.

NASCIMENTO, Beatriz. O conceito de quilombo e a resistência cultural negra. In: **Afrodiáspora 6-7 - Revista do mundo negro**, Rio de Janeiro, Ipeafro, ano 3, n.o 6 e 7, 1985, p. 41-49.

RANCIÈRE, Jacques. **O espectador emancipado**. São Paulo : Editora WMF Martins Fontes, 2012.

SAMAIN, Etienne (org.). **Como pensam as imagens**. Campinas, SP: Editora da Unicamp, 2012.

XAVIER, Giovana. Ciência de Mulheres Negras: um experimento de insubmissão. **Saúde em Debate**, Rio de Janeiro, v. 45, n. especial, p. 51-59, 2021.

As autoras são responsáveis pela fidedignidade dos dados apresentados.

ALÉM DO OLHAR ESCOPOFÍLICO: Ressonância Carnal no Consumo Feminino de Pornografia

Maria Júlia Alencastro Veiga[1]

RESUMO

Este ensaio explora as limitações do conceito de escopofilia aplicado ao contexto de consumo feminino de pornografia. Partindo de uma análise crítica do trabalho de Mulvey, o texto apresenta o conceito alternativo de "ressonância carnal". O artigo argumenta que ressonância carnal oferece uma compreensão mais nuançada e complexa das experiências das mulheres com a pornografia, desafiando visões essencialistas e simplificadas da sexualidade feminina.

Palavras-chave: Escopofilia; Ressonância Carnal; Pornografia.

BEYOND THE SCOPOPHILIC GAZE: Carnal Resonance in Women's Pornography Consumption

ABSTRACT

This essay explores the limitations of the concept of scopophilia applied to the context of female pornography consumption. Starting from a critical analysis of Mulvey's work, the text presents the alternative concept of "carnal resonance". The article argues that carnal resonance offers a more nuanced and complex understanding of women's experiences with pornography, challenging essentialist and simplified views of female sexuality.

Keywords: Scopophilia; Carnal Resonance; Pornography.

INTRODUÇÃO

Escopofilia é um conceito da psicanálise elaborado por Sigmund Freud e articulado ao âmbito cinematográfico por Laura Mulvey em seu artigo clássico "*Visual Pleasure and Narrative Cinema*" de 1975. Mulvey aplica escopofilia ao cinema para analisar as estruturas de prazer visual, baseando-se em Freud, ela define escopofilia como um dos componentes instintivos da sexualidade que existe como pulsão independentemente das zonas erógenas.

[1] Bacharela em Antropologia Social pela UnB, Mestra e Doutoranda em Comunicação e práticas de Consumo na ESPM. Bolsista CAPES PROSUP-Integral. Email: majuveiga@protonmail.com.

> Originalmente, em seus 'Três Ensaios sobre a Teoria da Sexualidade', Freud isolou a escopofilia como um dos componentes instintivos da sexualidade que existem como pulsões bastante independentemente das zonas erógenas. Neste ponto, ele associou a escopofilia com o ato de tomar outras pessoas como objetos, sujeitando-as a um olhar controlador e curioso (Mulvey, 1975 p. 80)[2].

As principais características da escopofilia são: ser essencialmente ativa, objetificante, implica um olhar controlador sobre o objeto/pessoa observado e está ligada a um desejo de ver o proibido ou privado. Freud teria desenvolvido o conceito inicialmente em torno de um auto-erotismo pré-genital, que posteriormente é transferido para outros (Mulvey, 1975).

No contexto cinematográfico, Mulvey argumenta que a escopofilia se manifesta na forma como o cinema manipula o prazer visual, codificando o erótico na linguagem da ordem patriarcal dominante de duas formas principais "O cinema oferece uma série de prazeres possíveis. Um deles é a escopofilia. Há circunstâncias nas quais o próprio ato de olhar é uma fonte de prazer, assim como, na formação inversa, há prazer em ser olhado." (Mulvey, 1975, p. 8)[3]. As duas formas principais são: o prazer escopofílico de olhar e o prazer narcisista de ser olhado. A primeira forma seria o prazer escopofilico ativo "o prazer em usar outra pessoa como objeto de estimulação sexual através da visão" (Mulvey, 1975, p. 10)[4]. No contexto cinematográfico, isso se manifesta através do olhar voyeurístico do espectador, que observa os personagens na tela sem ser visto, criando uma sensação de separação voyeurística. A segunda forma é o que Mulvey denomina "*to-be-looked-at-ness*", ou o prazer de ser olhado. Ela argumenta que o cinema posiciona as mulheres como objetos do olhar masculino, afirmando que "na sua tradicional função exibicionista, as mulheres são simultaneamente olhadas e exibidas, com sua aparência codificada para um forte impacto visual e erótico, de modo que se pode dizer que conotam a qualidade de 'para-ser-olhadas'" (Mulvey, 1975, p. 11)[5]. A segunda forma seria desenvolvida de forma narcísica a partir da constituição do ego e

[2]No original: “Originally, in his Three Essays on Sexuality, Freud isolated scopophilia as one of the component instincts of sexuality which exist as drives quite independently of the erotogenic zones. At this point he associated scopophilia with taking other people as objects, subjecting them to a controlling and curious gaze” (Mulvey, 1975, p.8)

[3] No original: “The cinema offers a number of possible pleasures. One is scopophilia. There are circumstances in which looking itself is a source of pleasure, just as, in the reverse formation, there is pleasure in being looked at.” (Mulvey, 1975, p. 8)

[4] No original: situation. “The first, scopophilic, arises from pleasure in using another person as an object of sexual stimulation through sight.” (Mulvey, 1975, p. 10)

[5] No original: In their traditional exhibitionist role women are simultaneously looked at and displayed, with their appearance coded for strong visual and erotic impact so that they can be said to connote to-be-looked-at-ness. Woman displayed as sexual object is the leit-motif of erotic spectacle: from pin-ups to strip-tease, from Ziegfeld to Busby Berkeley, she holds the look, plays to and signifies male desire. Mainstream film neatly combined spectacle and narrative. (Mulvey, 1975, p. 11)

da identificação com a imagem vista, a primeira forma implicaria uma separação do sujeito com o objeto da imagem, enquanto na segunda o ego se identifica com o objeto da imagem. Mulvey enfatiza que esta dicotomia era crucial para Freud. O primeiro mecanismo (escopofilia ativa) é uma função dos instintos sexuais, enquanto o segundo (identificação narcisista) é uma função da libido do ego. A importância desta dicotomia reside em sua capacidade de explicar a complexidade do prazer visual no cinema. Por um lado, o espectador experimenta um prazer distanciado e voyeurístico; por outro, ele é convidado a se envolver profundamente através da identificação com os personagens. Esta dualidade, argumenta Mulvey, é fundamental para entender como o cinema clássico estrutura a experiência do espectador e, por extensão, como ele reforça certas dinâmicas de poder baseadas no gênero.

Intimamente ligada a essas formas de prazer visual está a noção de fetichização, que Mulvey discute como uma resposta à ansiedade de castração que a figura feminina evoca no inconsciente masculino. O fetichismo visual, segundo Mulvey, é uma forma de negar a castração através da substituição ou transformação da figura feminina em um fetiche. Este processo "constrói a beleza física do objeto, transformando-o em algo satisfatório em si mesmo" (Mulvey, 1975, p. 14). No cinema, a fetichização se manifesta através do culto às estrelas femininas e da fragmentação do corpo feminino em close-ups. A função do fetiche, argumenta Mulvey, é tranquilizar o espectador masculino, transformando a figura feminina de uma fonte de ameaça (castração) em um objeto de reasseguramento e prazer.

Mulvey vê essas estruturas de prazer visual como reflexos e reforços de uma ordem social patriarcal. Ela argumenta que esse sistema de olhares no cinema não apenas reproduz, mas também reforça as desigualdades de gênero. A autora deixa clara suas intenções:

> Este artigo discutirá o entrelaçamento do prazer erótico no filme, seu significado e, em particular, o lugar central da imagem da mulher. Diz-se que analisar o prazer, ou a beleza, os destrói. Essa é a intenção deste artigo. A satisfação e o reforço do ego que representam o ponto alto da história do cinema até agora devem ser atacados (Mulvey, 1975, p. 8)[6].

As condições que reforçam as relações assimétricas de gênero devem ser atacadas para construirmos uma sociedade mais justa, mas não acho que a destruição do prazer e da

[6] No original: This article will discuss the interweaving of that erotic pleasure in film, its meaning, and in particular the central place of the image of woman. It is said that analysing pleasure, or beauty, destroys it. That is the intention of this article. The satisfaction and reinforcement of the ego that represent the high point of film history hitherto must be attacked. (Mulvey, 1975, p. 8)

beleza ajudam neste processo. A partir desta breve definição do que seria escopofilia para Mulvey gostaria de tensionar alguns pontos do artigo clássico da autora a partir do conceito de ressonância carnal de Susanna Paasonen (2011) deslocando o feminino como sujeito que olha e não somente é observado a partir do consumo feminino de pornografia.

RESSONÂNCIA CARNAL

Susanna Paasonen, em seu livro "*Carnal Resonance*" (2011), apresenta uma série de críticas ao conceito de olhar escopofílico desenvolvido por Laura Mulvey. Estas críticas abrangem diversos aspectos da teoria de Mulvey, questionando sua aplicabilidade ao contexto da pornografia online.

Uma das principais críticas de Paasonen refere-se às limitações do modelo psicanalítico empregado por Mulvey. A autora argumenta que "para provar 'a natureza sistemática da opressão patriarcal', Mulvey constrói um 'paradigma fálico de visão que é muito mais totalizante e monolítico do que qualquer coisa que os filmes que ela discute sejam capazes de articular'" (Paasonen, 2011, p. 174). Mulvey acabaria simplificando e ignorando as complexidades das experiências com a imagem.

A utilização de teorias psicanalíticas freudianas para analisar o consumo feminino de pornografia apresenta limitações significativas, mesmo quando revisitadas por Mulvey. A autora reconheceu em *"Afterthoughts on Visual Pleasure and narrative cinema inspired by King Vidor's Duel in teh Sun (1946)"* de 1981, as limitações de seu uso do sujeito masculino universal em "*Visual Pleasure and Narrative Cinema*", argumentando que "a espectadora feminina pode se encontrar tão fora de sintonia com o prazer oferecido, com sua 'masculinização', que o feitiço da fascinação é quebrado"[7] (Mulvey, 1981, p.29).

No entanto, sua solução para este problema - a proposta da identificação trans-sexual como explicação para o prazer feminino - ainda permanece presa ao pensamento psicanalítico freudiano. Isto é, ao invés de questionar fundamentalmente a estrutura falocêntrica da teoria, ela sugere que as mulheres podem encontrar prazer através de uma identificação temporária com posições masculinas. Esta explicação, embora reconheça a

[7] No original: "the female spectator may find herself so out of key with the pleasure on offer, with its 'masculinisation', that the spell of fascination is broken" (Mulvey, 1981, p.29)

possibilidade do prazer feminino, ainda o define em relação ao masculino, mantendo assim a estrutura básica da teoria freudiana onde o masculino permanece como referência central.

Paasonen (2011) observa que o modelo teórico de Mulvey, em sua tentativa de expor os mecanismos da opressão patriarcal, acaba por estabelecer uma visão excessivamente rígida e totalizante, que não corresponde à complexidade real dos filmes que ela analisa. Essa crítica aponta para as limitações de se utilizar um modelo teórico que, ao tentar desvendar estruturas opressivas, acaba por replicar uma lógica binária e reducionista. A própria estrutura da teoria freudiana, ao conceptualizar o feminino apenas em termos de falta ou em oposição ao masculino, acaba por limitar nossa compreensão das múltiplas possibilidades de prazer e engajamento feminino com imagens pornográficas. O conceito de "ressonância carnal" proposto por Paasonen oferece uma alternativa mais produtiva, ao sugerir que "a pornografia pode ser vista de várias maneiras, modos de olhar, alterar e mudar e, além de olhar, uma série de outros compromissos e afetações sensoriais está ocorrendo" (Paasonen, 2011, p. 174). Esta abordagem permite uma compreensão mais complexa e corporificada da experiência espectatorial feminina, que vai além das limitações impostas por teorias falocêntricas que, mesmo quando revisadas, ainda mantêm o masculino como referência central para a compreensão do prazer visual.

Paasonen também questiona a associação direta entre olhar e controle/domínio proposta por Mulvey. Ela sugere que "talvez o ponto seja precisamente não estar em constante controle ou exercer maestria visual, mas desfrutar da textura e do ritmo das imagens que se desdobram e ser impressionado por elas" (Paasonen, 2011, p. 176). Esta perspectiva indica que o prazer visual pode envolver um abandono às imagens, em vez de um controle sobre elas.

Outro ponto crítico levantado por Paasonen é a negligência da materialidade da mídia no modelo de Mulvey. Para a autora:

> as operações e condições são, como Chun (2008) argumenta, particularmente evidentes em sites pornográficos que foram pioneiros no uso de click-throughs, pop-ups, armadilhas de mouse e anéis da Web e continuam a orientar e manipular os movimentos dos usuários de maneiras elaboradas (Paasonen, 2011, p. 177).[8]

[8] No original: "The operations and conditions are, as Chun argues, particularly evident in porn sites that pioneered the use of click-throughs, pop-ups, mouse traps, and Web rings and continue to orient and manipulate the movements of users in elaborate ways." (Paasonen, 2011, p. 177)

Paasonen também critica a simplificação do conceito de identificação proposto por Mulvey. Ela sugere que "a fascinação e a ressonância não precisam ser vistas como questões de identificação" (Paasonen, 2011, p. 182). Esta perspectiva indica que as relações entre espectador e imagem são mais complexas do que o modelo de identificação que Mulvey sugere. Paasonen argumenta que a experiência do espectador com a pornografia envolve uma gama mais ampla de respostas e engajamentos que vão além da mera identificação com os personagens na tela.

> Ser excitado pela pornografia significa ter uma consciência aumentada do próprio corpo, das próprias sensações corporais e das transformações que ocorrem nelas. Além disso, como Kipnis (1999, 197) argumenta, a identificação não significa que alguém goste do que vê ou deseje emulá-lo: pode ser ambivalente, ou baseada em relíquias e repressões do passado. Tudo o que significa é que algo te prende sobre a cena, e você não sabe necessariamente o quê. (Paasonen, 2011, p. 182) [9]

Paasonen propõe que, em vez de identificação, podemos entender a relação entre espectador e imagem pornográfica em termos de "ressonância carnal". Este conceito enfatiza as respostas corporais e afetivas do espectador que não dependem necessariamente da identificação com os personagens.

> A ressonância carnal da pornografia envolve a capacidade dos espectadores de reconhecer e experimentar as sensações, movimentos e posições retratadas na tela em seus próprios corpos. Ao mesmo tempo, as traduções do carnal e do tátil para o visualmente percebido e o linguisticamente articulado nunca são totalmente realizadas (Paasonen, 2011, p. 201). [10]

Além disso, Paasonen argumenta que a experiência do espectador com a pornografia é frequentemente caracterizada por uma oscilação entre envolvimento e distanciamento, prazer e desprazer, fascínio e repulsa.

> Momentos de ressonância íntima tendem a ser do tipo fugaz - a fascinação e o interesse mudam de um plano, cena, site, videoclipe, performer e ato para outro. Através da ressonância, algo me agarra e me move, e seu poder de me mover me faz questionar meu senso de domínio sobre o que vejo (Paasonen, 2011, p. 187) .[11]

---

[9] No original: “Being aroused by pornography means having a heightened awareness of one's body, one's bodily sensations, and the transformations occurring in them. Furthermore, as Kipnis (1999, 197) argues, identification does not mean that one likes what one sees or wishes to emulate it: it 'may be ambivalent, or based on relics and repressions from the past. All that it means is that something hooks you about the scene, and you don't necessarily know what.'" (Paasonen, 2011, p. 182)

[10] No original: "The carnal resonance of porn involves viewers' ability to recognize and experience the sensations, movements, and positions depicted on the screen in their own bodies. At the same time, translations from the carnal and the tactile to the visually perceived and the linguistically articulated are never fully accomplished." (Paasonen, 2011, p. 201)

[11] No original: Moments of intimate resonance tend to be of the fleeting kind—fascination and interest shifts from one shot, scene, site, video clip, performer, and act to another. Through resonance, something grabs and moves me, and its power to move me makes me question my sense of mastery over what I view." (Paasonen, 2011, p. 187)

O modelo de identificação de Mulvey acaba simplificando o processo de interação com a imagem pornográfica, o conceito de ressonância carnal de Paasonen (2011) oferece mais ferramentas para analisar este processo. Uma vez que, o foco excessivo na narrativa cinematográfica é menos relevante no contexto da pornografia online "em milhares e milhares de vídeos, as pessoas simplesmente entram em ação, e considerações sobre narrativa são limitadas para explicar sua forma ou apelo" (Paasonen, 2011, p. 185). Outros aspectos da experiência visual, além da narrativa, são cruciais para entender o apelo da pornografia online.

CONSUMO FEMININO DE PORNOGRAFIA

Vivemos em uma era que Preciado (2018) define como farmacopornográfica, caracterizada por uma intensa produção e consumo de imagens midiáticas. Neste contexto, a imagem pornográfica desempenha um papel central não apenas como entretenimento, mas como uma forma de poder-saber que atua na construção de prazeres e políticas de gênero. Para compreender melhor a complexidade deste fenômeno, especialmente a partir de uma perspectiva tradicionalmente negligenciada, foram realizadas treze entrevistas qualitativas em profundidade com mulheres consumidoras de pornografia. Esta abordagem metodológica permitiu explorar os diversos engajamentos afetivos gerados pelo caráter sinestésico da imagem pornográfica. O material empírico gerado através das entrevistas oferece um contraponto significativo ao modelo de olhar escopofílico proposto por Laura Mulvey, o conceito de ressonância carnal de Paasonen se mostrou como uma ferramenta analítica mais produtiva para articular o consumo feminino de pornografia online (Alencastro Veiga, 2020).[12]

Os dados gerados pela pesquisa oferecem um contraponto significativo ao modelo de olhar escopofílico proposto por Laura Mulvey, alinhando-se com as críticas elaboradas por Susanna Paasonen em sua análise da pornografia online. Paasonen propõe uma compreensão mais complexa do apelo da pornografia, descrevendo-o como uma

[12] O presente artigo revisita discussões desenvolvidas em minha dissertação de mestrado "Poder Saber e Prazer: Os afetos políticos mobilizados no consumo feminino de pornografia", defendida no Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Práticas de Consumo da ESPM. Para uma discussão mais aprofundada dos temas aqui abordados, consultar ALENCASTRO VEIGA, Maria Júlia. Poder Saber e Prazer: Os afetos políticos mobilizados no consumo feminino de pornografia. São Paulo: ESPM, 2020.

"ressonância, uma oscilação entre presença e distância, materialidade, formas táteis de olhar e *grab* (pegar, apropriar-se)" (Paasonen, 2011). Esta perspectiva desafia a visão mais estática e unidirecional sugerida pelo conceito de olhar masculino de Mulvey.

Um aspecto crucial proposto por Paasonen (2011) é como a experiência pornográfica transcende o puramente visual, envolvendo uma complexa rede de sensações sinestésicas. Como ela argumenta, "A visão nunca é 'puramente visão' mas incorporada em um nexo multimodal junto com audição, toque e propriocepção" (Paasonen, 2011, p.145). Esta dimensão sinestésica emerge nas entrevistas, como evidenciado pela Entrevistada 11: "o que me enfeitiça na pornografia, o que eu percebo que me dá tesão é o contexto [...] alguma coisa que não seja extremamente exagerada mas também que entra na minha realidade, entendeu?"

Paasonen (2011) destaca como é impossível separar o/a espectadora da internet de outras formas de interação tátil com o meio - colocando as mãos no teclado, clicando com o mouse, virando os olhos para olhar a tela, interagindo com arquivos digitais, bancos de dados, software e outros usuários. Esta dimensão material e tecnológica é fundamental para compreender como o consumo de pornografia hoje difere significativamente da experiência cinematográfica analisada por Mulvey. O ambiente digital demanda um engajamento ativo da usuária que precisa buscar, selecionar, clicar, navegar e interagir com as interfaces, estabelecendo uma relação muito mais complexa e multifacetada com o material pornográfico do que a contemplação passiva sugerida pelo modelo do olhar escopofílico.

Outro aspecto crucial discutido por Paasonen é como a pornografia pode tanto ressoar quanto falhar em ressoar com diferentes corpos. Esta dinâmica de ressonância e dissonância emerge claramente na fala da Entrevistada 12: "se você falasse, uma nova proposta, eu clicaria, se tivesse feminismo, se uma mulher que tivesse pensado, acho que eu clicaria, ah vai que é alguma coisa nova, ai se fosse uma merda, eu já tchau"

Paasonen desenvolve o conceito de "arquivos somáticos" - as memórias e impressões corporais acumuladas que moldam nossa resposta ao material pornográfico. Esta dimensão corporificada da experiência é evidenciada pela Entrevistada 5: "desde pequena ter entrado de cabeça [...] então de certa forma, foi uma forma de me empoderar, peguei meu prazer e falei é isso, coloquei em primeiro lugar"

A artificialidade e a necessidade de suspensão da descrença observadas nos cenários pornográficos supostamente "reais" e "autênticos" também desafiam a simplicidade do

modelo de Mulvey. Como notado, esses cenários "exibem um alto grau de artificialidade com script e exigem uma grande suspensão de descrença" (Paasonen, 2011, p. 172). Isso sugere um engajamento mais complexo e ativo por parte dos/as espectadoras, que vão além de serem meros receptores passivos do olhar masculino.

Esta complexidade fica evidente na fala da Entrevistada 10, que articula uma distinção sofisticada entre diferentes tipos de "real" no material pornográfico:

> "eu sei que é um sexo fake, é um negócio que está sendo produzido para que pessoas tenham tesão [...] os vídeos caseiros, eu acho maneiro, que eu vejo que é um vídeo caseiro que o casal quis postar mas que é um sexo, ai eu acho massa, não fico indiferente, falo nossa, legal, gosto, mas se vejo que é uma prostituta com um cara que é garoto de programa, que eles tão ali pra fazer aquilo de uma forma profissional que não vejo um enorme desrespeito, eu fico indiferente."

A relação entre identificação e distanciamento emerge de forma nuançada na fala da Entrevistada 6:

> "de me ver, de ver como eu gostaria de ser um pouco, eu acho também, que eu gosto de consumir pessoas que têm cabelo bonito, ela é um pouco mais magra, não é necessariamente como eu sou, mas como eu trabalho pra ser [...] eu vejo muito como um filme, eu falei várias vezes, mas é tipo um filme, tem filmes que têm diferentes propósitos"

A questão da identificação também aparece de forma complexa na fala da Entrevistada 11:

> "eu sou uma pessoa que eu preciso tá me identificando atualmente com a minha vida para sentir tesão, então assim dependendo da época, tipo eu tive um namorado mais velho, aí a gente adorava ver pornô de cara mais velho, você entende? Então é muito do que eu tô vivendo, eu não consigo me desprender da minha realidade"

Já a Entrevistada 13 articula uma forma particular de engajamento que questiona a simples dicotomia entre identificação e voyeurismo:

> "eu não acho que é uma projeção não, acho que é que nem quando alguém tá comendo uma torta e você tá afim também e fala puta, queria mas não queria ser aquela pessoa, não queria, não sei até que nível é uma projeção, pode ser um nível de projeção de querer fazer também, mas não querer estar naquela situação exata"

E a Entrevistada 7 assume explicitamente uma posição voyeurística, mas com suas próprias complexidades: "não, eu acho que é uma coisa engraçada, porque muita gente se projeta, mas eu me vejo como voyeur mesmo, só vendo e tá legal e isso me dá um pouco de culpa também, acho que eu fico assistindo a galera foder, sabe?"

Estas falas demonstram como o engajamento com a pornografia opera através de múltiplas camadas de mediação e significação. As entrevistadas articulam uma compreensão

sofisticada da natureza construída do material pornográfico, negociando ativamente entre diferentes níveis de "realidade", identificação e distanciamento. Esta complexidade desafia o modelo do olhar escopofílico, que pressupõe uma relação mais unidimensional e passiva com o material visual.

Paasonen argumenta que "a pornografia pode ser vista de várias maneiras, modos de olhar, alterar e mudar e, além de olhar, uma série de outros compromissos e afetações sensoriais está ocorrendo" (Paasonen, 2011, p. 174). Esta observação amplia significativamente nossa compreensão da experiência do espectador, sugerindo um engajamento multissensorial que transcende o binário ativo/passivo proposto por Mulvey (1975).

A imagem pornográfica propõe diversos tipos de afetação que por sua vez tem inúmeras possibilidades de recepção em diferentes corpos, reforçando ainda mais a inadequação do modelo escopofílico para capturar a complexidade do consumo de pornografia. Isso aponta para uma experiência mais corporificada e diversificada, que não pode ser reduzida a um único modo de olhar ou identificação.

Em suma, estes achados corroboram a crítica de Paasonen ao modelo de Mulvey, demonstrando que o consumo de pornografia é um fenômeno multifacetado que escapa às limitações do olhar escopofílico e do male gaze. Como Paasonen argumenta, "Não estou convencida de que a identificação de tais estruturas de visão forneçam os meios analíticos necessários para mapear as modalidades da pornografia on-line; no entanto, muito menos as experiências de interação com ela" (Paasonen, 2011, p. 174). Essa perspectiva nos convida a buscar novos modelos teóricos capazes de capturar a riqueza e a complexidade das experiências das consumidoras de pornografia, reconhecendo a diversidade de engajamentos sensoriais e afetivos que ocorrem nesse processo.

Sedgwick (1993) critica a hipótese repressiva freudiana e aponta como a mesma acaba por desembocar em uma patologização da masturbação. Ao tratar a masturbação como um objeto de estudo e intervenção, a psicanálise perpetua a noção de que essa prática é algo a ser "superado" ou "curado", em vez de ser compreendida como uma expressão normal da sexualidade. Sedgwick argumenta que essa perspectiva psicanalítica, ao focar na "revelação" de um suposto segredo reprimido, na verdade contribui para a criação e manutenção de um regime de controle e vigilância sobre a sexualidade. Assim, mesmo quando se propõe a "liberar" o indivíduo de suas repressões, a psicanálise acaba por criar

novas formas de regulação e normatização do comportamento sexual, especialmente em relação à masturbação.

A patologização da masturbação, como evidenciada por Sedgwick, apresenta perigos significativos para nossa compreensão da sexualidade e da identidade. Ao tratar o autoerotismo como protótipo da identidade sexual moderna, essa patologização estabeleceu estruturas de vigilância, categorização e intervenção que persistem mesmo após o desaparecimento da "identidade masturbatória" como tal. Essas estruturas, profundamente enraizadas em práticas terapêuticas e narrativas científicas, tendem a isolar e objetificar o sujeito sexual, colocando-o como um "problema" a ser resolvido. Esse enquadramento não apenas dificulta a percepção de nuances eróticas em textos literários clássicos, como "Sense and Sensibility", mas também naturaliza e desmaterializa perspectivas sobre sexualidade. O perigo residiria na perpetuação dessas relações de poder e conhecimento que, mesmo com o declínio da identidade masturbatória específica, continuam a moldar nossa compreensão da sexualidade, potencialmente obscurecendo expressões mais fluidas e complexas de desejo, particularmente aquelas que desafiam categorizações binárias como homo-heterossexualidade (Sedgwick 1993).

Linda Williams (1989) em seu livro Hard Core que foi fundacional para os estudos sobre pornografia analisa a mesma como uma forma foucaultiana de saber-poder, desafiando as interpretações psicanalíticas tradicionais e a hipótese repressiva. Em sua análise, Williams propõe que a pornografia não seja vista meramente como uma expressão de desejos reprimidos, mas como parte integrante de uma proliferação de discursos sobre sexualidade que produzem conhecimento e prazer. Ela cunha o termo "frenesi do visível" para descrever a obsessão da pornografia em tornar visível o prazer sexual. Williams argumenta que a pornografia funciona como uma forma de scientia sexualis, produzindo verdades sobre o sexo através da confissão e observação. Ao fazer isso, ela questiona a aplicação universal de conceitos psicanalíticos como fetichismo e voyeurismo à pornografia, destacando a importância de considerar os contextos históricos específicos em que essas representações são produzidas e consumidas.

Uma das consequências, talvez inesperadas, de se ancorar o prazer visual nas teorias psicanalíticas como Laura Mulvey (1975) é a reiteração da patologização da masturbação. Por mais que Mulvey não tenha se envolvido diretamente nas *Porn Wars*, seu artigo continua a ser usado como embasamento teórico e analítico das feministas anti-pornografia.

No que diz respeito às feministas anti-pornografia, Williams faz uma crítica substancial às suas abordagens. Ela contesta a visão essencialista da sexualidade feminina como inerentemente não-violenta e não-pornográfica, bem como a tendência de ver a pornografia apenas como uma representação direta da opressão masculina. Williams argumenta que essa perspectiva ignora a complexidade da pornografia como discurso e falha em reconhecer seu potencial para subverter normas de gênero e sexualidade. Além disso, ela critica o foco excessivo na censura como solução, considerando-o contraproducente. A autora também aponta para a negligência das formas como as mulheres podem encontrar prazer ou poder na pornografia e critica a simplificação excessiva da relação entre representação pornográfica e realidade social. Em última análise, Williams defende uma abordagem mais nuançada que reconheça a pornografia como um discurso complexo de poder-saber-prazer, capaz tanto de reforçar quanto de desafiar as normas sexuais e de gênero existentes (Williams 1989).

Constance Penley critica a visão essencialista de que toda pornografia é inerentemente degradante para as mulheres, argumentando que essa perspectiva ignora a complexidade e diversidade do gênero. Penley defende que a pornografia pode ser estudada de forma acadêmica e séria, rejeitando a noção de que é um tema tabu ou impróprio para análise. A autora argumenta que examinar a pornografia como um gênero cinematográfico e parte da cultura popular pode revelar aspectos importantes sobre sexualidade, gênero e sociedade. Ela contesta a ideia de que a pornografia causa necessariamente danos, sugerindo que essa visão é simplista e não considera o contexto de produção e consumo. Penley critica a aliança entre algumas feministas anti-pornografia e grupos conservadores religiosos, argumentando que isso compromete os princípios feministas e defende uma abordagem que reconheça a capacidade das mulheres de serem agentes na produção e consumo de pornografia, em vez de vê-las apenas como vítimas. Além disso, Penley argumenta que a censura não é uma solução eficaz e pode, na verdade, ser prejudicial aos interesses feministas. Em suma, ela propõe uma abordagem mais complexa e contextualizada para entender a pornografia, em oposição à rejeição total defendida por algumas feministas anti-pornografia (Penley, 2013).

A partir das entrevistas qualitativas com mulheres sobre consumo pornográfico foi revelado uma complexa teia de impactos, alguns até mesmo positivos do consumo de pornografia. As entrevistadas, provenientes de diversos contextos socioeconômicos,

apresentaram perspectivas que desafiam noções preconcebidas sobre a relação entre mulheres e pornografia. Um tema recorrente nas respostas é o potencial de empoderamento sexual. Várias entrevistadas mencionaram como o consumo de pornografia permitiu-lhes explorar e afirmar seus desejos sexuais, desafiando tabus sociais e expectativas de gênero. Esse processo de autodescoberta e autoafirmação sexual pode ser uma forma de resistência às normas sociais restritivas e um caminho para uma maior consciência de direitos e autonomia pessoal.

O consumo de pornografia também foi tensionado como uma ferramenta de reflexão crítica. Algumas entrevistadas relataram que a exposição a conteúdos pornográficos as levou a questionar suas próprias experiências sexuais, relações de poder e consentimento. Essa reflexão não se limita apenas à esfera privada, mas transborda para questões sociais mais amplas, potencialmente catalisando mudanças nas percepções e comportamentos.

As entrevistas revelam tensões importantes na dimensão política do consumo de pornografia. Algumas entrevistadas expressaram ambivalência, reconhecendo o potencial político do consumo de pornografia, mas também questionando se o ato em si, muitas vezes motivado por razões pessoais e hedonistas, pode ser considerado intrinsecamente político. Essa tensão entre o pessoal e o político, entre o prazer individual e possíveis reverberações sociais mais amplas, reflete a complexidade do tema e a diversidade de experiências e opiniões entre as mulheres. As consumidoras negociam ativamente significados pessoais e políticos em seu engajamento com o material pornográfico.

Em suma, o estudo sugere que o consumo feminino de pornografia pode ter impactos positivos significativos, desde o empoderamento pessoal até mudanças sociais mais amplas. No entanto, esses impactos são variados e profundamente influenciados pelos contextos individuais e sociais das consumidoras. O tema continua sendo um campo fértil para futuras investigações e debates no âmbito dos estudos de gênero, sexualidade e mídia em que o conceito de escopofilia acaba por oferecer ferramentas analíticas antiquadas para articular.

CONSIDERAÇÕES FINAIS: Para além do olhar escopofílico

A análise das entrevistas através do conceito de ressonância carnal revela como o consumo feminino de pornografia transcende significativamente o modelo do olhar

escopofílico. As experiências relatadas pelas entrevistadas demonstram um engajamento complexo que envolve dimensões corporais, tecnológicas e afetivas que não podem ser reduzidas a um modelo binário de voyeurismo ativo versus exibicionismo passivo.

Como Paasonen (2011, p.187) argumenta: "Através da ressonância, algo me agarra e me move, e seu poder de me mover me faz questionar meu senso de domínio sobre o que vejo". Esta dinâmica de ressonância, que questiona noções simplistas de controle visual, emerge claramente nos relatos das entrevistadas sobre seus engajamentos com o material pornográfico.

O conceito de ressonância carnal permite compreender como o consumo de pornografia envolve uma complexa negociação entre proximidade e distância, prazer e desconforto, engajamento corporal e mediação tecnológica. Esta abordagem oferece ferramentas mais adequadas para analisar as experiências contemporâneas de consumo pornográfico do que o modelo escopofílico tradicional.

REFERÊNCIAS

ALENCASTRO VEIGA, Maria Júlia. Poder Saber e Prazer: **Os afetos políticos mobilizados no consumo feminino de pornografia**. 2020. Dissertação (Mestrado) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Práticas de Consumo (ESPM), São Paulo: ESPM, 2020 Disponível em: < https://tede2.espm.br/handle/tede/502 >

MULVEY, Laura. Visual Pleasure and Narrative Cinema. **Screen**, v. 16, n. 3, p. 6-18, 1975.

MULVEY, Laura. Afterthoughts on “visual pleasure and narrative cinema” inspired by Duel in the Sun. In: MULVEY, Laura. **Visual and other pleasures.** Language, Discourse, Society/Palgrave Macmillan, 1989.

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

PENLEY, Constance. A feminist teaching pornography? That's like Scopes teaching evolution! In: TAORMINO, T. et al. (Eds.). **The feminist porn book:** The politics of producing pleasure. New York: The Feminist Press at CUNY, 2013. p. 179-199.

PRECIADO, B. Paul. ***Testo Junkie****: Sexo Drogas e biopolítica na era farmacopornográfica*. Editora: N -1, 2018.

SEDGWICK, Eve. K. Jane Austen and the masturbating girl. In: SEDGWICK, E. K. **Tendencies**. Durham: Duke University Press, 1993. p. 109-129.

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

O(s) autor(es) é(são) responsável(is) pela fidedignidade dos dados apresentados.

O ALGORITMO DO TIKTOK E A INVISIBILIDADE DE MULHERES NEGRAS NA PRODUÇÃO DE CONTEÚDO EDUCACIONAL

Natália Lis de Araújo Pereira
Lara Lima Satler
Beatriz de Almeida Prado

RESUMO

A pesquisa investiga a mediação do algoritmo do TikTok na visibilidade de mulheres negras em conteúdos educacionais. Através da etnografia para internet, foram examinados 50 vídeos com tags científicas; nenhum conteúdo de mulheres negras apareceu inicialmente. Após persistência, o algoritmo sugeriu o perfil de Mayara da Costa. Constatou-se que o TikTok favorece perfis de homens brancos e reforça estereótipos, dificultando o alcance de conteúdos científicos produzidos por mulheres negras.

Palavras-chave: Ensino, TikTok, Algoritmo, Mulheres negras, Divulgação da Ciência.

THE TIKTOK ALGORITHM AND THE INVISIBILITY OF BLACK WOMEN IN EDUCATIONAL CONTENT CREATION

ABSTRACT

The research investigates how TikTok's algorithm mediates the visibility of Black women in educational content. Through internet ethnography, 50 videos with scientific tags were examined; initially, no content by Black women appeared. After persistence, the algorithm suggested Mayara da Costa's profile. The study found that TikTok favors profiles of white men and reinforces stereotypes, limiting the reach of scientific content produced by Black women.

Keywords: Teaching, TikTok, Algorithm, Black Women, Science Communication.

INTRODUÇÃO

O TikTok é uma rede social conhecida por seu algoritmo de recomendação que entrega conteúdo e o formato como funciona, que é, em sua maioria, vídeos que cobrem a tela do celular.

Basicamente, para se consumir um conteúdo nessa plataforma, não é necessário o indivíduo ter uma rede de “amizade” ou “seguidores”, como funciona no Instagram), visto que boa parte do conteúdo que será visualizado situa-se na *For You Page*, uma página do aplicativo (APP) que entrega conteúdos feitos por diferentes indivíduos na plataforma, como explicado por Victor Grinberg:

> por mais que as demais redes sociais tentem explorar isso com seus próprios algoritmos, elas dependem, por exemplo, de você adicionar um perfil (aberto ou privado), ativamente usar espaços para explorar ou outras formas que são *user-lead*, algo que não é necessário - porém possível - no TikTok (Grinberg, 2022, p. 31)

O TikTok, apesar de ser amplamente conhecido por seus vídeos curtos e divertidos, também pode ser uma ferramenta valiosa para encontrar temas e conteúdos de estudo. A plataforma oferece uma variedade de criadores que compartilham informações e dicas sobre diversos assuntos, desde resumos de livros e explicações de conceitos complexos até tutoriais práticos e dicas de estudo. Ao explorar hashtags relevantes para sua área de interesse, é possível descobrir uma comunidade de estudantes e professores que compartilham conteúdo educativo de forma criativa e acessível. Além disso, o algoritmo do TikTok, que aprende com seus interesses e interações, pode te apresentar a novos conteúdos (Grinberg, 2022), ampliando seus horizontes de aprendizado.

O algoritmo é uma mediação entre usuários e os conteúdos científicos compreendida pela sua tecnicidade. A partir da perspectiva de Jesús Martín-Barbero (1987), a tecnicidade não se limita apenas às ferramentas e dispositivos, mas abrange a maneira como as tecnologias se entrelaçam com as práticas culturais e sociais, moldando nossa comunicação e interação com o mundo. O algoritmo do TikTok, nesse sentido, não é apenas um mecanismo técnico neutro, mas um agente ativo na construção da experiência do usuário, influenciando o que é visto e consumido na plataforma.

Além disso, essa pesquisa obtém como justificativa o aumento do uso da plataforma de mídia social TikTok como buscador por parte das gerações Z, ou seja, nascidos entre 1997 e 2010, e *Alpha,* nascidos entre os anos 2011 e 2025. Segundo pesquisa desenvolvida pela Adobe (2024), 64% dos jovens usuários dessas gerações recorrem ao TikTok para se informarem de alguma notícia ou fazer uma busca a fim de adquirir conhecimentos. Isso acontece já que a plataforma fornece vídeos sobre as diversas aplicabilidades daquele resultado de pesquisa. Ademais, segundo observações feitas pela Forbes (Tília, 2024), A Geração Z representa 90% dos usuários frequentes das plataformas online, com 70% deles utilizando-a por pelo menos uma hora por semana. (Grinberg, 2022).

Segundo a mesma pesquisa desenvolvida pela Adobe (2024) , as principais motivações do uso dessa plataforma para busca foram:

- O formato de vídeos curtos é mais informativo e fácil de compreender (44%);
- Eu gosto da maneira como contam histórias nos vídeos do TikTok (34%);
- O conteúdo é mais personalizado (31%);
- A informação é mais recente (29%);
- Eu gosto de interagir diretamente com o conteúdo (29%).

Isto posto, a presente pesquisa tem por objetivo encontrar, por meio do sistema de busca/algoritmo, um perfil na rede social TikTok que esteja ligado à área de ciência da comunicação e analisar como se dá a interação dos seguidores e não seguidores com os vídeos postados, buscando entender como se dá a entrega do conteúdo e a interação da comunidade online com criadoras de conteúdo educacional negras dentro do TikTok. O objetivo deste estudo situa-se em encontrar um perfil no TikTok, por meio do sistema de busca/algoritmo, que esteja ligado à área de ciência da comunicação, e, através da entrega da página, analisar como se dá a interação dos seguidores e não seguidores com os conteúdos postados, e, além disso, em entender como se dá a entrega e interação da comunidade online com influenciadoras de ensino negras dentro da plataforma de rede social TikTok.

Para alcançar este objetivo, a metodologia adotada é a etnografia para a internet, proposta por Christine Hine (2016). Na obra homônima, a autora oferece uma perspectiva inovadora para a pesquisa etnográfica no contexto digital, defendendo que atualmente a internet não é um espaço separado da realidade, mas sim uma extensão dela, onde as interações sociais e as práticas culturais se manifestam de forma híbrida. Hine propõe uma abordagem que reconhece a importância de analisar as práticas online em relação ao contexto social e cultural em que ocorrem, e que valoriza a experiência corporificada do usuário, desafiando a visão da internet como um ciberespaço desprovido de corporeidade, que é “interpretado como um domínio separado da vida cotidiana” (Hine, 2016, p.16).

ETNOGRAFIA PARA INTERNET

A etnografia é uma abordagem qualitativa focada na análise das práticas sociais de grupos ou comunidades com base nas experiências vividas (Hine, 2016). Esse método permite uma "descrição densa" das atividades e ações de um grupo social, facilitando a

compreensão de como essas práticas são interpretadas pelos membros do grupo (Peirano, 2014). É fundamental que o etnógrafo se insira no ambiente estudado e entenda a vida a partir da perspectiva dos participantes, oferecendo assim uma visão única sobre como eles percebem e vivenciam seu modo de vida (Hine, 2016).

Para ser um etnógrafo, é necessário questionar pressupostos vigentes e explorar novas perguntas que surgem durante o processo de pesquisa, já que novas investigações possuem o potencial de transformar perspectivas teóricas (Malinowski, 1976). A etnografia envolve observação participante, diálogo intercultural, construção colaborativa de conhecimento e constante questionamento das próprias concepções e teorias (Peirano, 2014) . Tal apropriação desafia orientações previamente definidas, promovendo uma análise mais profunda e que propõe se despir-se de pré-conceitos estabelecidos, uma vez que “impõe uma reflexão sobre a multiplicidade de modos de vida” (Peirano, 2014). Para isso, é preciso imergir, o que envolve um engajamento direto e intensivo com a comunidade estudada, buscando evitar dados superficiais e incorretos (Hine, 2016).

Uma etnografia eficaz se caracteriza por uma abordagem que contextualiza a comunicação dentro das situações observadas (Malinowski, 1976). Além disso, uma boa etnografia deve ser capaz de traduzir a vivacidade e a intensidade da pesquisa de campo para a linguagem escrita, preservando a autenticidade e a relevância dos dados coletados. Além do mais, vale ressaltar que a etnografia sempre se adapta na escolha de seus métodos, e podemos esperar que essa adaptabilidade se manifeste novamente diante das condições impostas pela Internet (Hine, 2016).

Na análise de dinâmicas sociais em ambientes virtuais, como redes sociais e jogos online, a etnografia para internet é aplicada para compreender os processos de construção de significados e interações humanas (Hine, 2016).

A etnografia para internet pode ser definida como a etnografia aplicada ao contexto da internet. Assim como a etnografia tradicional busca compreender as culturas e práticas sociais através da imersão do pesquisador no campo de estudo, sua presença na internet se propõe a investigar as interações e os significados construídos no ambiente online. "Os proponentes de etnografias conduzidas em cenários puramente online argumentaram fortemente sobre a relevância da etnografia como um método de entendimento em cenários online" (Hine, 2016, p. 5), evidenciando a importância da pesquisa etnográfica nesse contexto.

No entanto, a etnografia para internet não se limita a replicar as práticas da etnografia tradicional no ambiente virtual. Ela reconhece as particularidades da internet e adapta seus métodos e abordagens para lidar com as especificidades desse campo de estudo. Os etnógrafos, nessas novas circunstâncias, precisam ser especialmente ágeis em seus métodos e flexíveis em suas estratégias, (Hine, 2016). Vale ressaltar que a etnografia para a internet busca ir além do mundo virtual, por meio da investigação das conexões entre as práticas online e offline e compreendendo como a internet se integra à vida cotidiana das pessoas, tendo em vista que não podemos entender plenamente como certas práticas online fazem sentido para seus participantes apenas observando-os online (Hine, 2016).

Hine argumenta que a experiência online não pode ser dissociada do corpo físico e do contexto social em que o usuário está inserido. A internet, apesar de virtual, é acessada e vivenciada através de dispositivos e interfaces que envolvem o corpo e os sentidos. Além disso, as interações online são influenciadas pelas experiências, identidades e relações sociais que o usuário carrega consigo no mundo offline.

A autora critica a visão inicial da internet como um ciberespaço que permitiria "deixar a carne para trás", ou seja, um espaço onde as identidades e experiências corporais seriam irrelevantes. A internet tornou-se parte integrante da vida cotidiana e, portanto, está intrinsecamente ligada à experiência corporificada (Hine, 2016).

Jesús Martín-Barbero (2019) destaca que a identidade é construída na interação entre o indivíduo e a sociedade, sendo moldada pelas experiências e relações sociais. A convergência entre essas perspectivas indica que a identidade na era digital é uma construção híbrida, que se manifesta tanto nas interações online quanto offline, e que é profundamente influenciada pelas tecnologias e pelas práticas culturais que as envolvem. A etnografia para a internet, portanto, precisa levar em conta essa dimensão corporificada da identidade, reconhecendo que as experiências online são mediadas pelo corpo e pelos sentidos, e que as identidades digitais são construídas em diálogo com as identidades e experiências do mundo offline.

Esta pesquisa iniciou as investigações através do sistema de busca da própria plataforma, com palavras chaves que denotaram temas científicos, como “ciência”, “conhecimento” e “ciência e conhecimento”. Para iniciar a pesquisa, foram realizadas buscas por tags e temas relevantes durante um mês, com o objetivo de encontrar vídeos educativos produzidos por mulheres negras. Diante disso, optamos por olhar os 20 primeiros vídeos que

surgiram quando a tag “ciência” era pesquisada. Com essa perspectiva, foi feita uma andança etnográfica que abarcava dois dias de busca, portanto, 10 vídeos em um dia, e mais 10 no outro.

Após a pesquisa da *tag* “ciência”, foram escolhidos os termos “conhecimento” e “ciência e conhecimento”. Para não destoar da procura anterior, foi determinada a observação dos 20 primeiros vídeos da *tag* “conhecimento” e 10 de “ciência e conhecimento”, e as mesmas anotações foram feitas para cada conteúdo no caderno de campo.

Com o intuito de variar os vídeos e abraçar o máximo de conteúdo que aparecia nessas três *tags*, optou-se por fazer a busca de cada termo em dias diferentes.

Com o intuito de se encontrar vídeos que relacionassem ao que foi proposto da pesquisa, foram feitas mais buscas no TikTok. Para isso, foi buscado mais vídeos dentro das tags “ciência”, “conhecimento” e “ciência e conhecimento”, além de procurar por mais uma palavra-chave específica. Diante de tal relato, foram feitos mais dois dias de busca, com a visualização de mais de 100 vídeos, até que foi achado o perfil da criadora de conteúdos acadêmicos Mayara Azevedo (figura 1). Mayara, ou Blogueirinha Acadêmica, como ficou conhecida nas redes, é formada em jornalismo pela Universidade Federal do Piauí (UFPI), mestre e doutora em Comunicação pela UnB. O seu perfil dentro da plataforma é voltado para discussões e dicas em torno das pesquisas de TCC, mestrado e doutorado.

Após isso, foi proposto analisar mais um perfil na área de conhecimento. Com o intuito de aprofundar melhor nas relações entre conhecimento e mulheres negras, foi analisado o perfil da Dra. Carleana (*@fisicapreta*). Carleana é graduada, mestre e doutora em física pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), e, atualmente, cursa o Pós-Doutorado pela mesma instituição. Os vídeos são focados em trazer sua rotina como pesquisadora e pequenos assuntos na área de estudo.

Dentro dos perfis dessas duas influenciadoras, foi analisado como se dão as interações entre seguidores e não seguidores das páginas, com o intuito de compreender como esses indivíduos

É importante ressaltar que, para fins de documentação e descrição dos vídeos assistidos, foi feito um caderno de campo via Google Documentos. Nele foram anotadas todas as pesquisas realizadas e vídeos assistidos, descrevendo o conteúdo do vídeo, tom de voz da narração, características das pessoas gravadas, gênero dos criadores, engajamento

(visualizações, curtidas, comentários, compartilhamentos e salvos) e *hashtags* utilizadas. Além disso, ao final da observação de cada um deles, é feito um breve resumo sobre o que foi assistido e visões pessoais sobre os conteúdos apresentados, e uma análise profunda da interação dos seguidores/não seguidores no perfil das duas influenciadoras.

CONTEÚDO EDUCACIONAL NO TIKTOK

Dentro das escolhas dos perfis das influenciadoras de ensino, foi analisado como ocorre o engajamento nos conteúdos dentro do contexto de se identificarem como mulheres negras, e, assim, compreender “quais valores são priorizados em tais sistemas” (Noble, 2022). Para tanto, foram separados dois eixos de resultados, os quais tiveram envolvimento tanto com o encontro dos perfis, quanto com o próprio engajamento nas contas das influenciadoras digitais. Veja-os abaixo:

ALGORITMO DE RECOMENDAÇÃO

A recomendação de conteúdo feita na “página para você” (*For You Page)*, é recomendada pelo algoritmo da própria plataforma de mídia social TikTok, com gostos alinhados ao do usuário. Para que essa rede social “entenda” o assunto de interesse do indivíduo e o leve para ele, o usuário deve demonstrar seu gosto através de curtidas, comentários, compartilhamentos e/ou salvos, atitude conhecida como *engajamento*.

O algoritmo de recomendação/sistema de busca do TikTok é um dos principais fatores que contribuem para a popularidade e o engajamento da plataforma. Com isso, o algoritmo é mais do que uma ferramenta técnica, é uma tecnicidade, uma mediação sociocultural que desempenha um papel importante na construção da experiência do usuário, uma vez que é altamente sofisticado e utiliza uma combinação de *machine learning* e *inteligência artificial* para personalizar o feed "*For You page*" de cada usuário, consequentemente, moldando nossa vivência na era digital (Grinberg, 2022).

Dentro dessa ideia, é perceptível como as mudanças tecnológicas têm moldado nossa compreensão e interpretação do mundo ao nosso redor (Pieniz, Cenci, 2019). Além de tal fato, os indivíduos têm se apropriado do cotidiano do uso desses meios como forma de atender às próprias necessidades (Certeau, 2014). Juntando os pontos, tal pensamento é resultado das *tecnicidades* estarem gerando uma nova forma de sensibilidade e experiência,

tendo em vista que está formando a maneira como interagimos com o mundo e a cultura na tecnologia (Martín-Barbero, 1997).

A tecnicidade transcende a mera compreensão das ferramentas e dispositivos em si. Dentro dessa perspectiva, a tecnicidade engloba a forma como as tecnologias se entrelaçam com as práticas culturais e sociais, moldando nossa maneira de nos comunicar, interagir e compreender o mundo (Pieniz, Cenci, 2019). Para além disso, é ressaltado que a tecnicidade não se limita aos aparelhos, e, sim, abrange a forma como as mudanças tecnológicas afetam e moldam a compreensão do mundo.

O sistema de busca do TikTok é fácil de utilizar, uma vez que , para poder encontrar o que pesquisa, você pode pesquisar pela música que está no vídeo, ou descrever alguma fala, característica do ambiente ou teor do vídeo o qual estás a procurar, ou, até mesmo, tags e palavras chaves que contém na legenda dos vídeos. A busca precisa ser específica, por exemplo, você pode digitar o nome do conteúdo ou o nome de usuário de um criador. Abaixo apresentamos como funciona a procura:

- Palavras-chave: O algoritmo verifica as palavras-chave inseridas na barra de pesquisa e as compara com as palavras-chave usadas nas legendas, títulos e *hashtags* dos vídeos.
- Interesse do usuário: O algoritmo também leva em consideração os interesses do usuário, que são determinados com base em seu histórico de visualizações, curtidas e comentários.
- Popularidade do vídeo: O algoritmo também considera a popularidade do vídeo, que é determinada com base no número de visualizações, curtidas e comentários.
- Localização do usuário: O algoritmo também pode levar em consideração a localização do usuário para exibir resultados de pesquisa que sejam mais relevantes para a região.

O formato do algoritmo da plataforma de mídia social Tik Tok tende a seguir uma *estrutura de rede social* (Gabriel, 2014). A rede social é constituída por atores, denominados 'nós', e suas conexões, conhecidas como 'laços' (*ties*). Os 'nós' referem-se aos indivíduos que estão interligados através desses laços. A análise dos laços é fundamental para a compreensão do capital social de cada 'nó', entendido como o valor que cada indivíduo obtém dentro da rede social.

Os laços podem ser classificados em três categorias: laços fortes, que incluem relações de amizade e familiares; laços fracos, que abrangem conexões com pessoas conhecidas de maneira superficial; e laços ausentes, onde os indivíduos não têm qualquer tipo de interação ou conhecimento mútuo (Gabriel, 2014).

Os laços fracos desempenham um papel crucial na estruturação das redes sociais, pois são responsáveis pela disseminação de informações diversificadas entre os 'nós', permitindo um maior fluxo de novidades. Em contrapartida, indivíduos com laços fortes tendem a compartilhar o mesmo ambiente e círculos sociais, o que limita a diversidade de informações circulantes. Portanto, “a habilidade de mapeamento dos laços fracos nas mídias sociais é essencial para qualquer estratégia de atuação nelas” (Gabriel, 2014, p. 199).

Essa consideração explica a aderência de usuários de plataformas de mídia sociais ao TikTok, tendo em vista que sentem vontade de consumir conteúdos dentro de uma página em que é recomendado conteúdo de assuntos e indivíduos diversos, mas que se alinhem ao próprio gosto.

Analisando o quesito algoritmo, percebeu-se que o buscador não entregou o perfil da Mayara da Costa com tanta facilidade, tendo em vista que foi preciso observar quase 100 vídeos para encontrar um perfil que se enquadra na área de ensino requisitada. Ademais, percebe-se que, mesmo com a alta frequência de vídeos que alinha-se à plataforma, há poucas visualizações, o que significa que o algoritmo contribui para o não alcance da página da influenciadora.

Em comparação com influenciadores de ensino, percebeu-se que o algoritmo entregava muitos perfis de homens brancos em detrimento de mulheres negras, mesmo estes falando sobre assuntos de mesmo segmento.

Em conexão à pesquisa-mãe deste plano de trabalho, foi necessário analisar comparativamente esse resultado com mais um perfil que encaixa-se à pesquisa, que foi o da Carleana (@fisicapreta). Por meio dessa análise, percebeu-se que a entrega dos vídeos pelo algoritmo era mais bem sucedido quando o assunto envolvia histórias de superação de uma mulher preta ou suas dificuldades que ela encontra, mas conteúdos que envolviam curiosidades da pesquisa que ela desenvolve em física não possuem um bom alcance/visualização. Por meio desta pontuação, descobriu-se que, além da falta de entrega de conteúdos de ensino mulheres negras dentro da plataforma Tik Tok, a rede social só faz tornar mais visível temáticas que trazem superação de uma mulher negra na ciência.

Dentro desse resultado, é percebido que as tecnologias abordadas não carregam imparcialidade e neutralidade, tendo em vista que moldam os usos na sociedade. A tecnicidade não é apenas um meio para alcançar um fim, mas também um reflexo das estruturas de poder e dos valores culturais de uma época (Pieniz, Cenci, 2019). Aliás, percebe-se que o algoritmo, que dita o sistema de busca, está longe de ser neutro ou imparcial, tendo em vista que fortalece uma estrutura racista e machista (Noble, 2022), e assim, impõe uma neutralidade branca tecnológica (Silva, 2019).

Na internet e no nosso cotidiano da tecnologia, a discriminação também está embutida no código de programação e, cada vez mais, nas tecnologias de inteligência artificial das quais dependemos, querendo ou não (Noble, 2022, p. 8).

MULHERES NEGRAS NO ENSINO

Alguns jovens com idades de 12 a 27 anos, por possuírem um elevado grau de conhecimento e comunicação, são levados a serem altamente informados e engajados com assuntos sociais, o que resulta na busca por conteúdos que trazem temáticas que dialoguem com as microidentidades (Grinberg, 2022) e, devido à arquitetura da plataforma, foi possível para os usuários selecionarem conteúdos que se adequassem às inclinações pessoais. Tal interesse se conecta com a ideia de Jesús Martín Barbero (1997), trazida no livro *Dos meios às mediações: Comunicação, Cultura e Hegemonia*, entendendo que identidade significa se perceber e perceber o outro no mundo, o que conecta com a ideia discutida dos consumidores procurarem por conteúdos de interesse próprio.

O TikTok é conhecido por seu algoritmo de entrega de conteúdo e formato de operação distintivo (Grinberg, 2022). Em razão dessa plataforma de rede social, muitos usuários sentiram-se à vontade para produzirem e/ou consumirem conteúdos, já que essa mídia possui uma arquitetura algorítmica que facilita a entrega de vídeos que favoreçam a auto-expressão (Grinberg, 2022), ou seja, serem quem realmente são, falarem sobre o que entendem, e mostrarem suas raízes culturais, uma vez que as relações culturais estão relacionadas à tecnologia da comunicação (Pieniz, Cenci, 2019).

A identificação é um processo narrativo e a construção de identidades em rede se tornou um aspecto central da vida contemporânea, especialmente com o advento das redes sociais digitais. Essa nova dinâmica social, mediada pela tecnologia, tem um efeito

significativo na forma como as identidades são construídas e vivenciadas, uma vez que os indivíduos têm se aproximado de diversas culturas e se conectado a elas (Martín-Barbero, 1997). Isso tem como sentido o fato das redes sociais digitais serem espaços de interação social, onde as pessoas podem se expressar, compartilhar informações, experiências e valores, bem como criar laços de pertencimento e comunidades online, o que facilita a conexão com outros usuários que possuam a mesma inclinação identitária (Sifuentes, Zanini, 2019).

Devido à sua popularidade, muitos cientistas, educadores e entusiastas da ciência aproveitam a plataforma para criar conteúdo educativo, disseminando conhecimento sobre diversos tópicos científicos. Eles condensam conceitos complexos em vídeos curtos, utilizando recursos visuais, músicas e narrativas criativas para tornar o conteúdo mais compreensível e atraente ao público em geral. Em conexão com isso, foram estudadas duas criadoras de conteúdo e cientistas, as supracitadas Mayara da Costa (@blogueirinhaacademica) e Carleana (@fisicapreta). Ambas são mulheres negras que produzem conteúdos científicos, mas em diferentes áreas, uma na ciência da comunicação, enquanto a outra foca nas ciências exatas, respectivamente.

Em uma análise da comunidade de seguidores da influenciadora Carleana notou-se que boa parte identificam-se como mulheres, sendo essa análise focada nas fotos das páginas e/ou *username* (nome dos perfis). Especificando mais ainda, é possível notar que os perfis que mais engajam com os vídeos da página @fisicapreta são pertencentes a mulheres, sendo grande parte dos comentários uma forma de apoiar o conteúdo postado. Além da análise do perfil de Carleana, foi empreendida a mesma observação no perfil de Mayara da Costa, e pode-se perceber o mesmo processo, que sua comunidade de seguidores se concentra mais em mulheres; e, além desse feito, quem mais engaja comentando nas postagens feitas pela influenciadoras são mulheres buscando apoiar o conteúdo da criadora.

Notou-se também que poucos perfis de seguidores comentam com mais frequência nas postagens da influenciadores, sendo essas pessoas a comentarem, conectadas por parentesco e/ou proximidade cotidiana. Contudo, por meio de observações sem documentação de outros perfis, compreende-se que não é algo fora da curva.

Desde o início dos estudos, observou uma exclusão significativa e injusta com base em cor e gênero. Assuntos e temas relevantes, que poderiam ser acessados por pessoas interessadas, são invisibilizados pelo algoritmo. Este fenômeno é evidente quando se trata de

tópicos relacionados ao mundo acadêmico ou dá visibilidade às mulheres negras discutindo ciências exatas. O que reforça o construto da neutralidade branca e tecnológica, dito por Tarcízio Silva (2019, p. 2)

Um ponto importante a ser considerado é a dinâmica de viralização no TikTok, uma plataforma conhecida por promover vídeos amplamente aceitos pelos usuários. Surge a questão: o público é responsável por essa exclusão ou o algoritmo do TikTok não entrega os vídeos dessas duas influenciadoras? As duas discutem áreas distintas do conhecimento, uma envolvendo comunicação e academia (estudos) e a outra Física, contudo, as duas possuem algo em comum, que é o pouco alcance e engajamento nos últimos vídeos postados. Apesar de @blogueirinhaacademica e @fisicapreta terem um número de seguidores diferente, as duas criaram comunidades que, dentro do contexto de seguidores, identificam-se com as situações e conteúdos apresentados, já que os consumidores de conteúdos procuram perfis que dialoguem com as micro identidades que se identificam (Grinberg, 2022), contudo, através de uma análise do engajamento, percebeu-se que pouquíssimos seguidores de ambas as páginas interagem com os conteúdos. E, analisando alguns comentários feitos nas páginas, é perceptível que aqueles usuários se identificam, principalmente quando é feito por mulheres e mulheres negras. Como visto na figura abaixo:

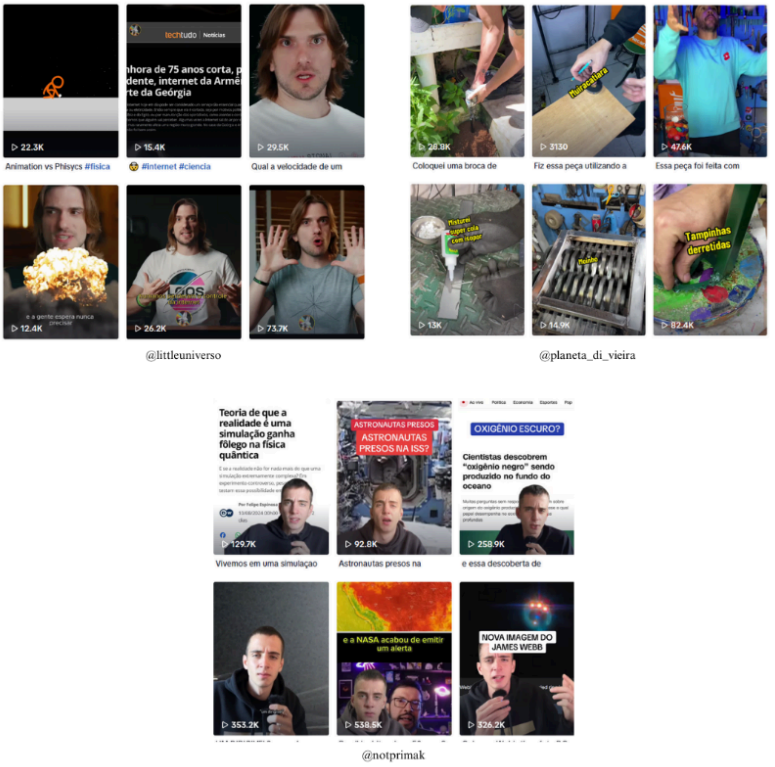
Figura 1- Comentários na vídeo da @fisicapreta



Fonte: TikTokfisicapreta

Ao examinar perfis de outros influenciadores no mesmo campo de pesquisa que a da influenciadora e física, Carleana, mas sendo homens brancos, como @planeta_di_vieira, @notprimak e @littleuniverso, note-se uma diferença substancial na visualização de suas páginas em comparação às duas mulheres que são foco de pesquisa, como mostrado na figura abaixo:

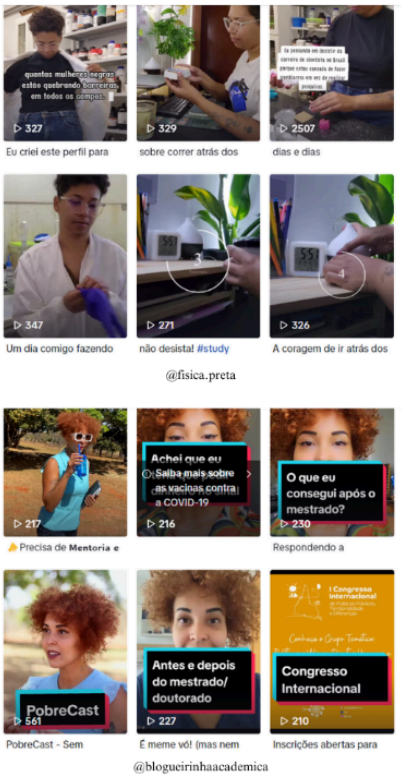
Figura 2- Alcance de criadores brancos



Fonte: TikTok/ @littleuniverse @planeta_di_vieira @notprimak

A Mayara da Costa raramente atinge 1000 visualizações, apesar de seu perfil profissional focar em suas contribuições acadêmicas e seguir tendências do TikTok. Carleana, embora tenha um número considerável de visualizações, não se compara aos homens brancos mencionados, tanto em visualização de vídeos, quanto em seguidores e engajamento dos conteúdos.

Figura 3- Alcance de criadoras negras



Fonte: TikTok/ @fisicapreta e @blogueirinhacademica

Essa observação pode sugerir o quanto o TikTok e outras redes sociais evitam entregar conteúdos de ensino produzidos por mulheres negras, o que "demonstram como o racismo e sexismo são parte da arquitetura e linguagem da tecnologia" (Noble, 2021, p. 17).

CONCLUSÃO

Diante de tais fatos discutidos, este estudo evidencia uma disparidade significativa na visibilidade e alcance de criadoras de conteúdo negras no TikTok, especialmente na área de ensino e divulgação científica. Apesar de produzirem conteúdo relevante, seus vídeos recebem menos visualizações e, portanto, engajamento em comparação a criadores de conteúdo de ensino homens e brancos. Essa discrepância sugere que o algoritmo da plataforma pode estar perpetuando desigualdades raciais e de gênero, limitando a disseminação de conhecimento produzido por mulheres negras e enfatizando estereótipos, reforçando o que "bell hooks (1995) afirma que a representação dos corpos destas mulheres

no período [...] pós-escravagista estava relacionado apenas a um corpo sem mente" (Carrera, Carvalho, 2020, p.12)

Apesar de parecer imparcial, o algoritmo do TikTok reflete e reitera vieses presentes na sociedade, como o racismo e o sexismo. A falta de representatividade nos resultados de busca e a menor entrega de conteúdo de criadoras negras salientam essa problemática. O que evidencia como a técnica algorítmica não é neutra (Pieniz, Cenci, 2019).

A limitação do acesso a conteúdos educativos produzidos por mulheres negras, especialmente em áreas como ciências exatas, perpetua a exclusão e a falta de representatividade nesses campos, o que pode desencorajar jovens negras a seguirem carreiras científicas e reforçar estereótipos negativos.

É fundamental que o TikTok e outras plataformas digitais assumam a responsabilidade de auditar e ajustar seus algoritmos para combater vieses e garantir uma maior representatividade e diversidade de vozes. A transparência sobre o funcionamento dos algoritmos também é crucial para que pesquisadores e sociedade civil possam monitorar e pressionar por mudanças.

REFERÊNCIAS

CAMPANELLA, Bruno; BARROS, Carla. **Etnografia e Consumo Midiático**: Novas Tendências e Desafios Metodológicos. 1. ed. Rio de Janeiro: e-papers, 2016.

CARRERA, Fernanda; CARVALHO, Letícia. **Algoritmos racistas**: a hiper-ritualização da solidão da mulher negra em bancos de imagens digitais. Revista Galáxia, São Paulo, p. 99-114, 2020. Disponível em: https://revistas.pucsp.br/index.php/galaxia/article/view/41614/31634 . Acesso em: 01/08/2024.

CERTEAU, Michel. **Invenção do Cotidiano**. Petrópolis: Editora Vozes, 2014.

Descobrir e Pesquisar. TikTok, s.d. Disponível em: https://support.tiktok.com/pt_BR/using-tiktok/exploring-videos/discover-and-search. Acesso em: 22. abr. 2024

DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio. **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação**. São Paulo: Editora Atlas, 2005.

GABRIEL, Martha. **Marketing para Internet**. São Paulo: Editora Novatec, 2014.

GRINBERG, Victor. **TikTok**: Um Olhar Para Atenção e Engajamento. 1ª ed. Curitiba: Editora Appris, 2022.

HINE, Christine. **A internet 3E**: uma internet incorporada, corporificada e cotidiana. Cadernos de Campos, São Paulo, v.29, n.2, 2020. Disponível em: https://www.revistas.usp.br/cadernosdecampo/article/view/181370. Acesso em: 20/11/2023.

MALINOWSKI, B. Objeto, Método e Alcance desta pesquisa. In: **Os Argonautas do Pacífico Ocidental**. Malinowski, Coleção Os Pensadores. São Paulo: Abril Cultural, 1976.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações**: Comunicação, Cultura e Hegemonia. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1997.

NOBLE, Safiya. **Algoritmos da Opressão**. Rio de Janeiro: Editora Rua do Sabão, 2021.

PEIRANO, Mariza. **Etnografia não é Método**. Horizontes Antropológicos, Porto Alegre, p. 377-391, 2014. Disponível em:https://www.scielo.br/j/ha/a/n8ypMvZZ3rJyG3j9QpMyJ9m/?format=pdf. Acesso em: 05/02/2024.

PIENIZ, Mônica Bertholdo; CENCI, Márcio Paulo. Tecnicidades De Las Mediaciones Comunicativas De La Cultura A Las Mutaciones Culturales *In*: RINCÓN, Omar; JACKS, Nilda; SCHMITZ, Daniela; WOTTRICH, Laura. **Un Nuevo Mapa Para Investigar La Mutación Cultural: Diálogo Con La Propuesta De Jesús Martín-Barbero**. Equador: Editora Ciespal, 2019. p. 137-160.

SIFUENTES, Líria; ZANINI, Maria Catarina Chitolina. Las identidades en el contexto de las mutaciones tecnológicas. *In*: RINCÓN, Omar; JACKS, Nilda; SCHMITZ, Daniela; WOTTRICH, Laura. **Un Nuevo Mapa Para Investigar La Mutación Cultural: Diálogo Con La Propuesta De Jesús Martín-Barbero**. Equador: Editora Ciespal, 2019. p. 241-261.

SILVA, Tarcízio. **Teoria Racial Crítica e Comunicação Digital**: conexões contra a dupla opacidade. Anais do 42º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. Belém, Pará, 2019. São Paulo: Intercom, 2019

SILVA, Tarcízio; BUCKSTEGGE, Jaqueline; ROGEDO, Pedro. **Estudando Cultura e Comunicação com Mídias Sociais**. Brasília: Editora IBPAD, 2018

TÍLIA, Caroline. Como o TikTok virou o novo Google para a Geração Z. Forbes, 2024. Disponível em https://forbes.com.br/forbes-tech/2024/04/como-o-tiktok-virou-o-novo-google-para-a-geracao-z/#:~:text=Existem%20muitos%20estere%C3%B3tipos%20sobre%20os,das%20plataformas%20de%20conte%C3%BAdo%20online. Acesso em: 27 jul. 2024.

USING TikTok as a Search Engine. Adobe Express, 2024. Disponível em: https://www.adobe.com/express/learn/blog/using-tiktok-as-a-search-engine. Acesso em: 15 jul. 2024.

O(s) autor(es) é(são) responsável(is) pela fidedignidade dos dados apresentados.

SEMIÓTICA APLICADA: ANÁLISE DO ANÚNCIO PUBLICITÁRIO DO PROGRAMA TURISMO ACESSÍVEL DO GOVERNO FEDERAL DO BRASIL SOB O ESPECTRO DA TEORIA PEIRCEANA

Lorrayne Caroline dos Santos[1]
Magno Luiz da Silva Medeiros[2]

RESUMO

O artigo tem como enfoque aplicar a teoria peirciana na análise de um anúncio publicitário do Programa Turismo Acessível, do Governo Federal do Brasil, do ano de 2014. A peça aborda a temática da inclusão da pessoa com deficiência à atividade turística no Brasil. Na análise da construção de sentido no anúncio impresso, serão utilizados os conceitos da semiótica de Peirce (2005), possibilitando uma decodificação dos elementos sígnicos presentes na construção discursiva e imagética do anúncio.

Palavras-chave: Comunicação; Semiótica; Publicidade; Pessoa com deficiência;

APPLIED SEMIOTICS: ANALYSIS OF THE ADVERTISEMENT FOR THE ACCESSIBLE TOURISM PROGRAM BY THE BRAZILIAN FEDERAL GOVERNMENT FROM THE PERSPECTIVE OF PEIRCEAN THEORY

ABSTRACT

The article focuses on applying Peirce's theory to the analysis of an advertisement for the Accessible Tourism Program by the Brazilian Federal Government, from 2014. The piece addresses the inclusion of people with disabilities in tourism activities in Brazil. In analyzing the meaning construction within the printed ad, Peirce's semiotic concepts (2005) will be used, enabling the decoding of the sign elements present in the discursive and visual construction of the advertisement.

Keywords: Communication; Semiotics; Advertising; People with disabilities.

INTRODUÇÃO

A interação comunicacional, segundo Carrascoza (2003), surgiu da necessidade dos seres humanos se expressarem e interagirem entre si. Complementando essa perspectiva, Santaella (2001) afirma que, para qualquer observador do mundo contemporâneo, o termo "comunicação" e as noções que ele carrega se impõem massivamente. De acordo com a autora, estamos inseridos em uma civilização mediada pela comunicação. A partir desta

[1] Doutoranda em Comunicação e Cidadania no Programa de Pós-graduação em Comunicação e Informação (PPGCOM) da Faculdade de Comunicação e Informação da Universidade Federal de Goiás (FIC/UFG) realizando uma pesquisa sobre os processos comunicacionais das associações para a inclusão das pessoas com deficiência na universidade de Toulon na França e bolsista pela CAPES, e-mail: lorra-c@hotmail.com.
[2] Docente do PPGCOM-UFG, na linha de pesquisa Mídia e Cidadania, da Universidade Federal de Goiás. E-mail: magno@ufg.br.

reflexão, a comunicação pode ser entendida como uma forma de produção simbólica que permite uma troca de sentidos entre os receptores da mensagem. Logo, por intermédio do processo comunicacional, conseguimos interpretar e atribuir significados ao mundo real.

Nessa sociedade mediada pelos meios de comunicação, as mídias são grandes propagadores da cultura do consumo e dos modelos de produtos e ideias a serem vendidas à sociedade. Dentro deste contexto, a publicidade é parte deste processo de propagação, uma vez que ela tem como um dos seus principais objetivos divulgar e propagar ações comunicacionais de determinada organização, procurando influenciar nas decisões de compra, no posicionamento da marca, na visibilidade do produto ou serviço e, ainda, buscando mobilizar ações em prol de causas sociais, como a inclusão das pessoas com deficiência.

A fim de compreender os signos usados para construção de sentido da peça publicitária do *Programa Turismo Acessível*[3], ano de 2014, do Governo Federal, optou-se pela realização da análise semiótica, seguindo as vertentes da semiótica peirceana. Sendo assim, objetiva-se, em um primeiro momento, realizar um levantamento bibliográfico da teoria semiótica e a inclusão da pessoa com deficiência na comunicação publicitária com o objetivo de interpretar os signos imagéticos, linguísticos e visuais presentes no anúncio impresso da campanha.

A SEMIÓTICA E A SUA PERCEPÇÃO SÍGNICA

A semiótica provém do termo grego *semeion*, que denota signo e está presente nas ciências da comunicação, psicologia, história, antropologia, artes visuais, música, medicina, dentre outras áreas. Outro nome dado para a semiótica é a ciência dos signos, pois esta ciência se atém ao estudo da sintaxe, para Santaella (2002, p.1), "quer dizer o modo pelo qual elementos se combinam para formar unidades complexas". Sendo assim, a semiótica é um método baseado na fenomenologia que trata a lógica e a construção sígnica, por intermédio do estudo dos signos, que contruem em sintonia um objeto comunicacional.

A teoria semiótica surgiu nos Estados Unidos com o cientista, lógico, filósofo e matemático Charles Sanders Peirce (1839-1914), denomina por alguns autores como a ciência dos signos, pois ela leva em conta todas as formas e manifestações da linguagem.

[3] Programa Turismo Acessível. Disponível em: <http://www.turismoacessivel.gov.br/ta/>. Acesso em: 28/07/18, às 20h00.

Nesse sentido, “a função desta nova ciência era classificar e descrever todos os tipos de signos logicamente possíveis, incluindo os signos linguísticos.” (NERY E TEMER, 2009, p.135).

De acordo com Peirce (2005), a natureza é repleta de significações e o homem, por sua vez, se constitui por meio dos significados. Significados estes que servem como prática de reconhecimento e permeia as interações do indivíduo com a realidade. Textos, filmes, músicas, poemas falados, escritos ou cantados, estátuas, uma nuvem, um grito, todas essas linguagens são portadoras de significado (SANTAELLA, 2009). Portanto,

> A semiótica pode ser concebida como a ciência de todo e qualquer signo. Ela estuda os fenômenos da e na cultura e todo fenômeno só funciona como tal porque é também um evento da comunicação, pois se estrutura como linguagem. Desse modo, toda e qualquer prática social e cultural é uma prática de produção de linguagem que gera sentido (Perez, 2008, p. 107).

Dessa forma, a semiótica[4] pode ser definida para alguns autores como a ciência das linguagens, pois ela considera qualquer fenômeno como um sistema sígnico de produção de sentido. Essa metodologia está inserida no paradigma linguístico semiótico, que por sua vez tem como principal abordagem as teorias relacionadas ao estudo da mensagem e a compreensão do seu conteúdo. Segundo a acepção, desenvolvida por Peirce (2005), a semiótica é considerada a doutrina dos signos, tendo como principal objeto de estudo a natureza, os tipos e as funções dos signos. Sendo assim,

> A semiótica estuda especialmente a dinâmica existente entre emissor e receptor e os percursos interpretativos que o receptor tem que atualizar. Nesse sentido, a comunicação deixa de ser transferência de informação para passar a ser entendida como transferência de um sistema para outro. De acordo com as diversas situações socioeconômicas, existe uma diversidade de códigos ou de regras de competência na interpretação dos signos. (Nery; Temer, 2009, p.137).

Nesta perspetiva, Santaella (1983) afirma que a semiótica é a teoria geral dos signos. Logo, essa ciência trata do estudo dos signos na vida social, à semelhança da semiologia. Para Peirce (2005), um signo é caracterizado como aquilo que sob um determinado aspecto representa alguma coisa para alguém. O signo pode ser considerado como, qualquer coisa que exista no universo material, que afete a mente de um intérprete em potencial ao representar, de algum modo, um determinado objeto, pode ser observado em todos os lugares e compõe o mundo que nos rodeia.

[4] Conceito de Semiótica. Disponível em: <http://conceito.de/semiotica>. Acesso em: 20/07/19, às 22h30

Ainda de acordo com o autor (2005), o signo pode ser entendido como algo que representa de alguma forma um objeto que não está presente fisicamente, mas que de algum modo possui uma representatividade simbólica que pode criar na mente do intérprete uma imagem mental que representa o próprio objeto. Portanto,

> O signo é qualquer coisa de qualquer espécie (uma palavra, um livro, uma biblioteca, um grito, uma pintura, um museu, uma pessoa, uma mancha de tinta, um vídeo etc.) que representa outra coisa, chamada de objeto do signo, e que produz um efeito interpretativo em uma mente real ou potencial, efeito este que é chamado de interpretante do signo. (Santaella, 2002, p. 08).

Para Peirce (2005) o signo é constituído de algo que ocupa o lugar de outra coisa para alguém, mantendo com este uma relação de associação a uma qualidade e estabelecendo categorias para os tipos de signos, com base na relação existente entre o significante e o referente. Com base nos modelos comunicacionais o método semiótico é considerado como aquele em que a ênfase é aplicada na criação dos significados e na construção de sentidos.

A NATUREZA TRIÁDICA DO SIGNO

De acordo com Pereira (2001), o termo signo vem do latim *signum*, de onde vieram outras palavras comuns na língua portuguesa com a intenção de significar: sinal, senha, sino, sina, insígnia, sineta e significar. Essas palavras transmitem de alguma maneira à ideia de sinalizar, indicar ou representar alguma coisa. Sendo assim, podemos observar que os signos estruturam o mundo em que vivemos por intermédio da significação.

Nesse cenário, surge uma das grandes contribuições de Charles Sanders Pierce à semiótica, uma ciência capaz de classificar os signos. Sendo assim, para Peirce (2005), os signos podem se estabelecer em 10 tricotomias e 66 classes de signos, dentre as classes, dez são consideradas as principais, pois são as tricotomias que consideram a relação: do signo consigo mesmo, relação do signo com seu objeto dinâmico e com o seu interpretante. De acordo com o autor, as categorias sìgnicas podem ser definidas com base na tricotomia dos signos.

Seguindo essa corrente de pensamento, Santaella (1983) afirma que a primeira tricotomia envolve a natureza material do signo e consiste na sua organização do signo a partir da aparência do próprio signo. Essa tricotomia subdivide o signo em: *quali-signo*, que é uma qualidade imediata ou a primeira impressão causada; o *sin-signo*, baseado em um

evento ou coisa que existe na realidade, e o *legi-signo*, que representa uma lei geral estabelecida socialmente, resultado de impressões causadas por convenções.

Santaella (1983) afirma que a segunda tricotomia estabelece uma relação do signo com o objeto que ele substitui. Nesta tricotomia o signo poder ser caracterizado como um *ícone* que estabelece uma relação de semelhança entre o signo e o objeto substituído; como *índice* que resulta de uma associação evidenciada pelos indícios que caracterizam o signo e como um *símbolo* que estabelece uma relação de convenção, arbitrária e legitimada por regras.

A terceira tricotomia, de acordo com Santaella (1983), relaciona o signo com seu interpretante e organiza o mesmo baseado nas suas significações. Portanto, um signo pode caracterizado como um *rema* que corresponde a um enunciado impassível de averiguação, uma verdade; um *discente*, que caracteriza uma sentença se encontrando em um sistema de significação e um a*rgumento*, baseado em um enunciado completo, com provas.

Ainda de acordo com a autora, um signo pode somente representar seu objeto para um intérprete, produzindo na sua mente alguma relação com o objeto, por intermédio da medição do signo. Por meio da representação do signo com seu objeto é possível produzir na mente do intérprete outro signo, que traduz o significado do primeiro signo. Nesse sentido é necessário compreender o processo de divisão do signo em três interpretantes: o interpretante imediato, dinâmico e em si, além de dois objetos que são: imediato e dinâmico.

Para Peirce (2005), o interpretante imediato é considerado como tudo aquilo que o signo pode representar na mente interpretadora e que está dentro do próprio signo. Já o interpretante dinâmico pode ser caracterizado como o que o signo vai gerar na mente do receptor. O modo os recpetores reagem ao signo em certas condições e não somente como um único receptor reagiria é caracterizado como o interpretante em si. Logo, o objeto imediato está presente no próprio signo e o objeto dinâmico substitui o próprio signo.

Nesse sentido, Peirce (2005) define três categorias universais do pensamento definidas como: primeiridade, secundidade e terceridade. A primeiridade é o estágio das qualidades que ainda não estão distinguidas, da independência, do não necessariamente efetivado. Santaella (2002) afirma que a primeiridade é representada por tudo que está presente na consciência naquele instante. Essa característica é considerada como a primeira apreensão das coisas, que aparecem para o receptor de forma rudimentar.

A secundidade consiste, na realidade, naquilo que acontece em um determinado tempo e lugar, se relacionando com outros fatores existentes. Para Santaella (2002), que segue os preceitos de Peirce, a primeiridade consiste na reflexão envolvida no processo factual, comparado com experiências pessoais e situações vividas, nesse caso, qualquer emoção sentida pode ser caracterizada como secundidade. Ela ocorre principalmente, quando a mente se dá conta da experiência em si.

Segundo Santaella (2002), a *terceiridade* consiste no processo de interpretação, quando o objeto passa a representar alguma coisa. Ela corresponde a uma síntese intelectual, uma camada de inteligibilidade ou o próprio pensamento a respeito dos signos. Logo, "a t*erceiridade* é vista como a categoria do pensamento e do crescimento contínuo, onde ocorre um processo de interpretação entre nós e os fenômenos" (NERY E TEMER, 2009, p.140).

Para Santaella (2002), a semiótica se faz presente em vários campos de atuação, como cinema, linguística, música, arquitetura, publicidade. Dessa forma, "o método semiótico é compreendido como uma possibilidade de revelação da potencialidade comunicativa de signos mercadológicos nas suas mais diferentes expressividades e mídias". (PEREZ, 2008, p.112). Devido a amplitude do método, ele será utilizado neste artigo para analisar uma estratégia de divulgação publicitária, que visa a inclusão da pessoa com deficiência à atividade turística no Brasil.

A PUBLICIDADE E A INCLUSÃO DA PESSOA COM DEFICIÊNCIA

O Decreto nº 3.298, de 20 de dezembro de 1999, que regulamenta a Lei nº 7.853, de 24 de outubro de 1989, em seu art. 3°, inciso I, define deficiência como "toda perda ou anormalidade de uma estrutura ou função psicológica, fisiológica ou anatômica que gere incapacidade para o desempenho de atividade, dentro do padrão considerado normal para o ser humano". Segundo a Convenção Internacional dos Direitos da Pessoa com Deficiência[5], adotada no ano de 2006 pela Organização das Nações Unidas (ONU), as pessoas com deficiência são "(...) aquelas que têm impedimentos de longo prazo de natureza física, mental,

[5] A Convenção Internacional sobre os Direitos das Pessoas com Deficiência é um instrumento internacional de direitos humanos das Nações Unidas cuja finalidade é proteger os direitos e a dignidade das pessoas com deficiência.

intelectual ou sensorial, os quais, com interação com diversas barreiras, podem obstruir sua participação plena e efetiva na sociedade em igualdades de condições com as demais pessoas".

Atualmente, vários países vêm se mobilizando em prol dos direitos das pessoas com deficiência e os princípios da inclusão social, como a França, Espanha, Portugal, dentre outros. No Brasil, segundo o IBGE (2010), 45,6 milhões de pessoas declaram ter algum tipo de deficiência, isto corresponde acerca de 23,8% da população brasileira. Existem no país políticas públicas e leis que defendem os direitos das pessoas com deficiência, mas que na maioria das vezes não são implantadas ou fiscalizadas pelos órgãos competentes.

Dentro deste cenário, é simples falar de inclusão na teoria, pois existem medidas e decretos no país criadas especificadamente para atender as necessidades das pessoas com deficiência. No entanto, na prática vivemos em uma sociedade cuja população sofre diariamente diversos tipos de adversidades, dentre elas: dificuldades na mobilidade, na locomoção, no acesso à informação e a comunicação, além do preconceito e da discriminação. Para Werneck (apud Roriz et al, 2005),

> A discussão sobre inclusão social é de grande relevância em nossa sociedade, por estarmos vivendo em uma época em que o respeito à diversidade e a garantia ao direito à participação social de cada pessoa, a despeito de suas características (de gênero, étnicas, socioeconômicas, religiosas, físicas e psicológicas), têm emergido como uma questão ética, promovendo a reivindicação por uma sociedade mais justa e igualitária. Nesse sentido, a temática da inclusão social traz, como pressuposto, a ideia de uma sociedade que considera e acolhe a diversidade humana, nos diferentes tipos de atividades e nas diversas redes de relacionamentos, "estruturando-se para atender às necessidades de cada cidadão, das maiorias às minorias, dos privilegiados aos marginalizados.

Na sociedade brasileira, em que os direitos não são exercidos de forma igualitária, é possível perceber as dificuldades enfrentadas por diversas camadas sociais na luta para a construção de uma sociedade inclusiva. Nestas camadas sociais percebe-se que ainda existem grandes parcelas da população que vivem à margem da sociedade e que para estas pessoas os direitos civis, políticos e sociais fazem parte de uma realidade a construir.

Os meios de comunicação, mais do que instrumentos de divulgação de informações, são meios de legitimação de temáticas sociais problematizadas na sociedade. Eles possuem papéis importantes para a desmistificação dos preconceitos enfrentados pelos grupos minoritários e acerca da pessoa com deficiência, uma vez que vivemos na era da visibilidade

e a representação midiática torna-se importante na construção da identidade do indivíduo inserido em sociedade. Uma estratégia legitimadora destes temas no Brasil é a publicidade, pois os anúncios publicitários são objetos de consumo midiático de milhares de pessoas diariamente, pois vivemos em uma sociedade pautada pelas relações de consumo de bens e serviços, mas a publicidade.

De acordo com Chiachiri (2011, p.5), o "termo publicidade vem da palavra em latim *publicius* (qualidade do que é público), que significa tornar público um acontecimento, uma ideia, um fato". Complementando esse pensamento e abordando a sua função mercadológica, Sant'anna (1998, p. 76) afirma que "a publicidade é uma técnica de comunicação de massa, paga com a finalidade precípua de fornecer informações, desenvolver atitudes e provocar ações benéficas para os anunciantes, geralmente para vender produtos ou serviços".

Nesse sentido, pode-se dizer que a publicidade vende significados, valores e sensações, tendo como objetivos o consumo de bens ou serviços. Ela tem o papel de:

> Seduzir, falar ao nosso inconsciente, criar hábitos, despertar os desejos e até mudar o modo de agir de uma sociedade são papéis intrínsecos à força publicitária. Para que esses papéis sejam desempenhados a contento em relação àquilo que a produção da comunicação publicitária propõe e almeja, estratégias dos mais variados tipos são por ela utilizados. O som, a cor, a imagem fotográfica ou não (estática ou em movimento) – tipos distintos de linguagens – aliados a um crescente desenvolvimento da tecnologia, são exemplos típicos dessas estratégias. (CHIACHIRI, 2011, p.8)

Assim, a publicidade pode ser definida como uma linguagem que se utiliza de inúmeros artifícios simbólicos para atingir o objetivo proposto pelo anunciante com o intuito de realizar um processo comunicacional eficaz. Desta forma, ela utiliza-se de signos linguístico, sonoros e visuais para a composição de suas mensagens midiáticas. Pautando-se das definições de publicidade e buscando uma associação desta estratégia com a inclusão social, alguns autores conceituaram a terminologia publicidade inclusiva.

A publicidade inclusiva é uma temática que aborda os conceitos de *inclusão* e *publicidade*, a fim de criar uma terminologia capaz de interligar os termos. Para Medeiros (2018), a publicidade inclusiva tem como característica essencial a inserção de segmentos sociais minoritários e vulneráveis ao mundo do consumo, pautando-se por uma postura ética, respeitando direitos humanos e contribuindo para a construção da cidadania.

Seguindo essa linha de pensamento, Medeiros (2018) afirma que a inclusão social é

simbólica e pode ocorrer em dois níveis: por meio das formas de representação simbólicas e discursivas da publicidade e por intermédio de diversos recursos de tecnologia assistiva, que facilitam e garantem acessibilidade aos conteúdos publicitários. Nesse cenário, este artigo busca compreender as formas de representação simbólica de uma peça publicitária que, à primeira vista, parece ser uma estratégia publicitária inclusiva de um programa governamental que visa a inclusão da pessoa com deficiência à atividade turística no Brasil.

ANÁLISE SEMIÓTICA DO ANÚNCIO PUBLICITÁRIO

O *Programa Turismo Acessível* se constitui como um conjunto de ações criadas pelo Governo Federal com o intuito de promover a inclusão social e o acesso das pessoas com deficiência ou com mobilidade reduzida à atividade turística no Brasil, de modo a informar, incentivar e permitir o alcance e a utilização de serviços, edificações e equipamentos turísticos com segurança e autonomia. Ao incentivar a criação de ações que visam a inclusão da pessoa com deficiência ou mobilidade reduzida, a iniciativa aborda direitos e deveres de órgãos públicos e privados para defender e garantir condições de vida com dignidade, plena participação e igualdade de oportunidades a todas as pessoas com deficiência.

De acordo com as informações publicadas no site, o programa é direcionado a gestores de empresas públicas e privadas, profissionais que trabalham com turismo, empreendimentos comerciais e pessoas com deficiência ou mobilidade reduzida no Brasil. O site conta com um guia turístico acessível, em que pessoas com deficiência podem avaliar e consultar a acessibilidade de pontos turísticos, hotéis, restaurantes, parques e atrações diversas. Há também, cartilhas e informações sobre as deficiências para os usuários.

A peça publicitária definida para a realização da análise consiste em um anúncio institucional do *Programa Turismo Acessível*, uma iniciativa do Ministério do Turismo para incentivar a acessibilidade das pessoas com deficiência a estabelecimentos brasileiros. A peça faz parte de uma campanha comunicacional do programa, veiculada em revistas nacionais e no site do *Programa*. A peça escolhida para a análise aborda a deficiência visual e tem como objetivo informar a respeito da importância da disponibilidade de um cardápio em *braile*[6] para a acessibilidade da pessoa com deficiência visual.

[6] O Braile é um sistema de escrita tátil utilizado por pessoas cegas ou com baixa visão. É tradicionalmente escrito em papel em relevo.

Figura 1 – Peça publicitária do *Programa Turismo Acessível* (2014)



Fonte: Site do *Programa Turismo Acessível*[7]

ANÁLISE SEMIÓTICA

Pretende-se, por intermédio da análise semiótica, compreender os efeitos que a comunicação publicitária pode produzir nos seus receptores, por meio de métodos de sistematização e articulação dos signos para a construção de mensagens comunicacionais. A análise semiótica, neste artigo, tem o intuito de identificar os principais elementos utilizados para a construção de sentido e significação no anúncio.

A peça conta com a presença de seis personagens inseridos na imagem, um cachorro deitado no chão, há um homem sentado na cadeira segurando um papel, duas mulheres sentadas na mesa, um homem em pé com caneta e papel na mão e uma criança que está sentada em uma cadeira afastada da mesa centralizada na imagem. Não consta na imagem a definição de um personagem principal, pois a maioria dos atores encontra-se no mesmo ângulo de disposição.

Observando o anúncio, alguns aspectos são primordiais como: a presença de um

[7] Peça Publicitária. Disponível em: <http://www.turismoacessivel.gov.br/ta/campanhaTurismoAcessivel.mtur>. Acesso em: 10/07/18, às 13h20.

cachorro em um estabelecimento comercial deitado no chão usando uma guia, um lenço e uma coleira; a presença de quatro pessoas: três sentadas em uma mesa e um garçon, aparentemente, em pé ao lado das pessoas sentadas em um restaurante. Essa primeira impressão causada pela imagem é caracterizada como um *quali-signo* e transmite a sensação de acolhimento e felicidade, pois todos os personagens estão esboçando um sorriso.

O *ícone* presente na peça é uma imagem digital que faz uma referência à peça original, que não pode ser observada de forma real, pois ele se encontra disponível somente no site do projeto possibilitando ao receptor somente uma leitura visual, sem a possibilidade sentir as sensações táteis da publicação impressa. A peça possui elementos visuais e textuais que podem ser associados à deficiência, identificados no anúncio como *rema*.

A priori, a narrativa do anúncio apresenta elementos que à primeira vista estão associados ao contexto da inclusão da pessoa com deficiência visual. Uma vez que é possível identificar que a mesma procura transmitir algumas associações afetivas para o receptor entre elas estão: a sensação de acolhimento, felicidade, acessibilidade, aceitação e pertencimento.

O local representado na peça é o cenário de um restaurante, chega-se à essa conclusão pela presença de elementos que remetem a este ambiente: a disposição das mesas, o garçom, o cardápio e os pratos organizados em segundo plano na imagem. O reconhecimento pode ocorrer de forma imediata, mesmo se a peça não contasse com uma narrativa textual que descreve o ambiente, pois, por intermédio dos signos imagéticos, identifica-se o ambiente representado.

O cão é um elemento importante para a construção visual da imagem, pode-se perceber em um segundo momento que ele é um cão-guia[8], um animal adestrado para guiar pessoas cegas ou com algum tipo de deficiência visual. Essa construção imagética é perceptível devido à presença da guia e a faixa de identificação presente no pescoço do animal, usada para diferenciar os cão-guias de animais de estimação normais.

Nota-se que algumas impressões visuais se destacam na peça, dentre elas as feições faciais sorridentes dos personagens que possuem mais destaque na imagem, dentro desta perspectiva pode-se associar o sentimento de satisfação com a inclusão da pessoa com deficiência, pois mostra que os personagens estão confortáveis no ambiente.

[8] Um cão-guia é tipo de cão de assistência. É um animal adestrado para guiar pessoas cegas ou com deficiência visual grave, ou auxiliá-los nas tarefas caseiras. Durante a condução dos deficientes visuais, o cão deve ter a capacidade de discernir eventuais perigos devidos a obstáculos.

Por intermédio de uma observação sistemática do anúncio, é possível perceber que este estabelecimento permite a entrada de animais, e possui recursos inclusivos que possibilitam a acessibilidade do deficiente visual. Uma vez que o deficiente visual pode ser identificado como o personagem sentado na cadeira usando uma blusa amarela, devido ao fato de o cão estar deitado aos seus pés e a coleira presa ao seu lado da mesa. Logo, percebe- se que a acessibilidade existe, pois o personagem é o único que está lendo o cardápio disponível em braile.

O *sin-signo* presente na imagem representa a peça no mundo real e sua construção se dá por meio da utilização da fotografia, que resulta em uma ligação associativa do anúncio com a realidade. Analisando a imagem com a intenção de determinar o seu *índice*, nota-se que ele corresponde à presença do cão-guia, pois essa utilização indica a presença de uma pessoa com deficiência visual. O signo *discente* na imagem é a identificação da deficiência como visual.

O anúncio faz parte de um projeto que visa a inclusão da pessoa com deficiência à atividade turística no Brasil. A peça utiliza-se de elementos visuais e textuais para construir uma interpretação do conteúdo da mensagem, pois a imagem possui quatro elementos textuais que contribuem para a compreensão simbólica da narrativa e o conteúdo da mensagem.

A peça conta com a presença do seguinte elemento textual no canto superior esquerdo do observador: "*Leonardo é cego e adora viajar pelo Brasil para descobrir novos sabores*". Essa mensagem coloca o deficiente visual como um possível consumidor em um restaurante, ela tem potencial comunicativo de informar os comerciantes e os empresários da necessidade de criar estratégias acessíveis para a inclusão das pessoas com deficiência visual. Em seguida, centralizado na parte inferior da imagem observa-se o seguinte elemento textual*: "E ter uma versão do cardápio em braile para recebê-lo em seu restaurante é enxergar muito mais longe."* Destacando, assim, uma possível ação inclusiva.

Complementando este elemento textual tem-se a seguinte afirmação: *"Existem milhares de turistas como Leonardo. E quanto mais adaptações o seu empreendimento tiver para receber as pessoas com deficiência ou mobilidade reduzida, mais chances de aproveitar essa oportunidade de negócio. Seu estabelecimento poderá ser avaliado. Acesse:*

www.turismoacessivel.gov.br e veja como se adaptar". Percebe-se, por intermédio dessas informações, uma possível definição do público-alvo da peça, identificados como donos de estabelecimentos comerciais e empresários.

O anúncio conta com os seguintes logotipos: no canto inferior esquerdo com um tamanho maior é possível observar a marca do *Programa Turismo Acessível*; na parte inferior dentro de um retângulo pode-se observar as logomarcas do Conselho Nacional dos Direitos da Pessoa com Deficiência (CONADE), da Secretaria de Direitos Humanos, do Ministério do Turismo e do Governo Federal, com a seguinte frase: "Brasil Pátria Educadora".

O ângulo da imagem pode ser compreendido como frontal a priori, já que na fotografia o foco está de frente para os personagens. A peça é composta de forma vertical, não possui moldura, mas há um corte no anúncio que possibilita a sensação de concretização, mesmo a moldura sendo inexistente. O enquadramento da imagem é fechado, pois os elementos principais estão centralizados no anúncio. A peça não possui uma predisposição de cores, pois ela possui nuances de cores quentes e frias, compostas pelo: marrom, amarelo, azul e branco. As cores de maior predominância na peça são: marrom e amarelo.

Os *símbolos* que estão presentes no anúncio estabelecem uma relação associativa com a deficiência visual e são compostos por elementos narrativos textuais que descrevem a imagem, a presença de um cão-guia e um deficiente visual realizando a leitura do cardápio em braile. Interpreta-se que a presença do cão-guia no restaurante é um indicativo que o estabelecimento permite à entrada de animais e o cardápio em braile simboliza que o restaurante possui acessibilidade à pessoa com deficiência visual. Logo, a junção de todos esses elementos associados simboliza a inclusão da pessoa com deficiência em estabelecimentos turísticos.

O reconhecimento da presença destes elementos comprova, por meio de um *argumento*, que a principal função do anúncio é conscientizar sobre a importância da acessibilidade e da criação de estratégias que visem garantir condições de vida com dignidade, plena participação e inclusão na sociedade para todas as pessoas com deficiência.

O *legi-signo* representa uma lei estabelecida pela sociedade embasada por convenções. No Brasil existem diversos estatutos e leis que abordam e discutem a inclusão comunicacional da pessoa com deficiência, mas nem todas as leis e convenções que permeiam o universo da pessoa com deficiência visual são fiscalizados ou aplicados em sua totalidade.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O indivíduo inserido na sociedade se depara constantemente com um universo Composto de signos que possibilitam uma grande gama de estímulos e significados. Devido ao desenvolvimento da linguística e da semiótica, o estudo dos signos ganhou grande importância no âmbito dos estudos sobre comunicação, sendo utilizado frequentemente para análise da construção de sentido. Nesse estudo, os elementos da semiótica peirciana serviram de base para realizar a identificação e classificação dos signos linguísticos e visuais do anúncio.

Logo, percebe-se que o *Programa Turismo Acessível* buscou de alguma maneira conscientizar os empreendedores e donos de estabelecimentos comerciais da importância de inclusão de medidas acessíveis para os deficientes visuais. E que, mesmo sendo representado na peça, o deficiente visual não é o público-alvo dessa estratégia comunicacional, uma vez que peça não possui versões em braile e não utiliza dispositivos que possibilitem a leitura do conteúdo visual e textual da mensagem.

Sendo assim, os deficientes visuais, mesmo sendo representados na peça publicitária analisada, não tem a acessibilidade comunicacional necessária para a recepção e interpretação da mensagem, pois eles não são considerados como possíveis públicos-alvo desta estratégia publicitária. Logo, a peça tem a pretensão de informar à necessidade de inclusão e a criação de inciativas que possibilitem a acessibilidade dos deficientes em estabelecimentos comerciais e turísticos, sem comunicar a implantação dessas ações para os usuários desses serviços.

A estratégia comunicacional foi realizada no ano de 2014, no âmbito do Programa Turismo Acessível, mas não é possível encontrar ações que informem a pessoa com deficiência visual sobre os serviços disponibilizados pelo projeto ou perceber estratégias que incentivam a participação e a conscientização das organizações para a acessibilidade da pessoa com deficiência. Portanto, o anúncio impresso não condiz de forma ética com o objetivo do programa, pois ele tem a pretensão de promover a acessibilidade da pessoa com deficiência visual, acessibilidade esta que não se encontra disponível nas ações de divulgação do programa, como a inserção de recursos acessíveis para pessoa com deficiência visual.

Por fim, compreende-se, por intermédio de uma visão global do projeto e da análise semiótica do anúncio, que a ação não é completamente eficaz, por se tratar de uma

estratégia esporádica, realizada somente no período da Copa do Mundo de Futebol, realizada no Brasil, em 2014. Ações como essa impactam diretamente na realidade social da pessoa com deficiência, mas não podem ocorrer somente esporadicamente.

Sendo assim, nota-se que é fundamental a criação de ações que consigam dialogar e incluir de maneira efetiva todos os segmentos sociais minoritários e vulneráveis ao mundo do consumo, com uma postura ética, respeitando os direitos humanos, a legislação vigente e o estatuto da pessoa com deficiência, a fim de contribuir para a construção de uma sociedade inclusiva e igualitária.

REFERÊNCIAS

CARRASCOZA, João. **Redação Publicitária**: estudos sobre a retórica de consumo. São Paulo: Futura, 2003.

CHIACHIRI, Roberto. **O Poder Sugestivo da Publicidade**: uma análise semiótica. São Paulo, Cengage, 2011.

NERY, V. C. A.; TEMER, A. C. R. P. **Para entender as teorias da comunicação**. 2. ed. EDUFU: Uberlândia, 2009.

PEIRCE, C. S. **Semiótica**. Trad. José Teixeira Coelho Neto. 3. ed. São Paulo: Perspectiva, 2005.

PEREZ, Clotilde; BARBOSA, Ivan Santo. (Orgs.). **Hiperpublicidade:** atividades e tendências. 2. ed. São Paulo: Thomson Learning, 2008.

SANTAELLA, Lúcia. **Matrizes da linguagem e pensamento**: sonora, visual, verbal. 3. ed. São Paulo: Iluminuras, 2009.

SANTAELLA, Lúcia. **Novos Desafios da Comunicação**. Lumina - Facom/UFJF - v.4, n.1, p.1-10, jan/jun 2001. Disponível em: <http://www.ufjf.br/facom/files/2013/03/R5-Lucia.pdf.>. Acesso em: 12 jul. 2019 às 10h00.

SANTAELLA, Lúcia. **O que é semiótica.** 3. ed. São Paulo: Brasiliense, 1983.

SANTAELLA, Lúcia. **Semiótica Aplicada.** São Paulo: Thomson Learning, 2002.

SANT`ANNA, Armando**. Propaganda:** técnica, teoria e prática. 6. ed. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 1998.

MEDEIROS, Magno. **Publicidade inclusiva sob o olhar da ética e dos direitos humanos**. In: VIDICA, Ana Rita e JORDÃO, Janaína (orgs.). Século XXI: A Publicidade Sem Fronteiras? vol. 4. Goiânia: Imprensa Universitária UFG, 2018.

RORIZ, T. M. et al. **Inclusão social/escolar de pessoas com necessidades especiais**. 2005. Disponível em: <http://www.revistasusp.sibi.usp.br/pdf/psicousp/v16n3/v16n3a09.pdf>. Acesso em: 21 jun. 2019 às 20h00.

O(s) autor(es) é(são) responsável(is) pela fidedignidade dos dados apresentados.

ANAIS DO XVIII SEMINÁRIO INTERNACIONAL DE MÍDIA, INFORMAÇÃO, CIDADANIA E CULTURA

Editores:

Kátia Kelvis Cassiano

Rosana Maria Ribeiro Borges

Antônio Guilherme de Lima Santos

