



COMUNICAÇÃO NA ERA DIGITAL:

INFORMAÇÃO, CONHECIMENTO E CONEXÕES CULTURAIS

Roger Goulart Mello
Patrícia Gonçalves de Freitas
(Organizadores)



2020



COMUNICAÇÃO NA ERA DIGITAL:

INFORMAÇÃO, CONHECIMENTO E CONEXÕES CULTURAIS

Roger Goulart Mello
Patrícia Gonçalves de Freitas
(Organizadores)



2020

2020 by Editora e-Publicar
Copyright © Editora e-Publicar
Copyright do Texto © 2020 Os autores
Copyright da Edição © 2020 Editora e-Publicar
Direitos para esta edição cedidos à Editora e-Publicar
pelos autores.

Editora Chefe

Patrícia Gonçalves de Freitas

Editor

Roger Goulart Mello

Diagramação

Roger Goulart Mello

Projeto gráfico e Edição de Arte

Patrícia Gonçalves de Freitas

Revisão

Os Autores

**COMUNICAÇÃO NA ERA DIGITAL: INFORMAÇÃO, CONHECIMENTO E
CONEXÕES CULTURAIS, Vol.1.**

Todo o conteúdo dos artigos, dados, informações e correções são de responsabilidade exclusiva dos autores. O download e compartilhamento da obra são permitidos desde que os créditos sejam devidamente atribuídos aos autores. É vedada a realização de alterações na obra, assim como sua utilização para fins comerciais.

A Editora e-Publicar não se responsabiliza por eventuais mudanças ocorridas nos endereços convencionais ou eletrônicos citados nesta obra.

Conselho Editorial

Dr^a Cristiana Barcelos da Silva – Universidade Estadual do Norte Fluminense Darcy Ribeiro

Dr^a Elis Regina Barbosa Angelo – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo

Dr. Rafael Leal da Silva – Universidade Federal do Rio Grande do Norte

Dr. Fábio Pereira Cerdera – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro

Dr^a Danyelle Andrade Mota – Universidade Tiradentes

Me. Doutorando Mateus Dias Antunes – Universidade de São Paulo

Me. Doutorando Diogo Luiz Lima Augusto – Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro

Me. Doutorando Francisco Oricelio da Silva Brindeiro – Universidade Estadual do Ceará

M^a Doutoranda Bianca Gabriely Ferreira Silva – Universidade Federal de Pernambuco

M^a Doutoranda Andréa Cristina Marques de Araújo – Universidade Fernando Pessoa

Me. Doutorando Milson dos Santos Barbosa – Universidade Tiradentes

M^a Doutoranda Jucilene Oliveira de Sousa – Universidade Estadual de Campinas

M^a Doutoranda Luana Lima Guimarães – Universidade Federal do Ceará



2020

M^a Cristiane Elisa Ribas Batista – Universidade Federal de Santa Catarina
M^a Andrelize Schabo Ferreira de Assis – Universidade Federal de Rondônia
Me. Daniel Ordane da Costa Vale – Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais
Me. Glaucio Martins da Silva Bandeira – Universidade Federal Fluminense
Me. Jose Henrique de Lacerda Furtado – Instituto Federal do Rio de Janeiro
M^a Luma Mirely de Souza Brandão – Universidade Tiradentes
Dr^a. Rita Rodrigues de Souza - Universidade Estadual Paulista
Dr. Helio Fernando Lobo Nogueira da Gama - Universidade Estadual De Santa Cruz
Dr. Willian Douglas Guilherme - Universidade Federal do Tocantins
Dr^a. Naiola Paiva de Miranda - Universidade Federal do Ceará
Dr^a. Dayanne Tomaz Casimiro da Silva - UFPE - Universidade Federal de Pernambuco

**Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
(eDOC BRASIL, Belo Horizonte/MG)**

C741 Comunicação na Era Digital [recurso eletrônico] : informação, conhecimento e conexões culturais 1 / Organizadores Roger Goulart Mello, Patrícia Gonçalves de Freitas. – Rio de Janeiro, RJ: e-Publicar, 2020.

Formato: PDF
Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader
Modo de acesso: World Wide Web
Inclui bibliografia
ISBN 978-65-87207-75-9

1. Comunicação. 2. Era digital. 3. Sociedade da informação.
4. Conhecimento. I. Mello, Roger Goulart, 1992-. II. Freitas, Patrícia Gonçalves de, 1992-.

CDD 303.483

Elaborado por Maurício Amormino Júnior – CRB6/2422

Editora e-Publicar
Rio de Janeiro – RJ – Brasil
contato@editorapublicar.com.br
www.editorapublicar.com.br



2020




Apresentação

É com grande satisfação que a **Editora e-Publicar** vem apresentar a obra intitulada “**Comunicação na Era Digital: Informação, Conhecimento e Conexões Culturais**”. Neste livro, engajados pesquisadores e profissionais do segmento contribuíram com suas pesquisas e experiências profissionais com o objetivo de proporcionar uma coletânea de estudos abrangente, onde o tema “comunicação” é abordado a partir de múltiplas perspectivas, proporcionado ao leitor diferentes olhares sobre a temática.

A proposta da obra é trazer pesquisas relacionadas a comunicação sob múltiplas óticas: Educacional, econômica, política, informativa, dentre outras. São estudos e pesquisas sobre cibercultura, cultura, tecnologia, dentre outros assuntos a partir do tema “comunicação”.

Desejamos a todos uma excelente leitura!

Patrícia Gonçalves de Freitas
Roger Goulart Mello
Equipe e-Publicar



SUMÁRIO

APRESENTAÇÃO.....05

CAPÍTULO 1 – MUITO ALÉM DA FOLIA: O DESLIZAMENTO DA CRÍTICA POLÍTICA PARA A SAPUCAÍ.....11

Rafael Otávio Dias Rezende
Marco Aurélio Reis

CAPÍTULO 2 – ANÁLISE DA COBERTURA DO *JORNAL NACIONAL* AO PRIMEIRO DEPOIMENTO DO EX- PRESIDENTE LULA (PT) AO JUIZ SÉRGIO MORO NA LAVA JATO – EM 10 DE MAIO DE 2017.....27

Tamiris Artico
Carla Montuori Fernandes
Jair Aparecido Artico
Ivanilce Santos Oliveira

CAPÍTULO 3 – A RELEVÂNCIA DA CULTURA DIGITAL PARA O AVANÇO DO TERCEIRO SETOR.....43

Adoliran Rodrigo Santos Medrado Silva
Agnes Bezerra Freire de Carvalho

CAPÍTULO 4 – CONTRIBUIÇÕES DO WEBINAR “EDUCAÇÃO AMBIENTAL PARA TODOS” NA FORMAÇÃO CONTINUADA DE EDUCADORES AMBIENTAIS EM TEMPOS DE DISTANCIAMENTO SOCIAL.....56

Aline Braga Moreno, Bióloga
Helensandra Louredo da Costa
Iraci da Silva Caputo
Márcia Ely Bazhuni Pombo Lemos
João Ricardo Assis da Silva

CAPÍTULO 5 – REGIONALIZAÇÃO E REDAÇÕES CONVERGENTES: ESTRATÉGIAS MERCADOLÓGICAS NA PRODUÇÃO DE CONTEÚDO.....66

**Amanda Noletto
Samantha Carvalho**

CAPÍTULO 6 – REVISITAÇÃO FOTOGRÁFICA EM GÓES ARTIGAS NO PARANÁ: A FOTOGRAFIA COMO LEMBRANÇA DE DUAS ÉPOCAS.....78

DOI: 10.47402/ed.ep.c20203566759

**Paulo César Boni
André Luiz Justus Czovny**

CAPÍTULO 7 – TECNOLOGIAS DIGITAIS NOS PROCESSOS DE ENSINO E APRENDIZAGEM: UMA AÇÃO COLABORATIVA E EM REDE.....94

**Débora Luana Kurz
Everton Bedin**

CAPÍTULO 8 – HÁ VIDA SEM ZARA: REFLEXÕES SOBRE CONSUMO, MODA E PUBLICIDADE.....108

**Silvio Koiti Sato
Bruno Pompeu
Clotilde Perez**

CAPÍTULO 9 – GERAÇÃO X E Y: DIFERENÇAS ENTRE O USO DOS RECURSOS TECNOLÓGICOS.....122

DOI 10.47402/ed.ep.c202019339759

**Atos de Lima Ribeiro
Cláudio Luiz Chiusoli**

CAPÍTULO 10 – O PAPEL DO PROGRESSO TECNOLÓGICO NA CARACTERIZAÇÃO DA SOCIEDADE DA INFORMAÇÃO.....135

Diego Bianchi de Oliveira

CAPÍTULO 11 – “CAÇA AOS MONSTROS” E AS ESTRATÉGIAS PARA A INSERÇÃO DE NARRATIVAS NO JOGO DE CARDS DIGITAIS HEARTHSTONE.....155

Fabricio Barbosa C

CAPÍTULO 12 – EDUCAÇÃO 4.0: DESAFIOS NA CONQUISTA POR UMA APRENDIZAGEM AUTÔNOMA E AUTORAL, APLICADA ÀS CIÊNCIAS EXATAS NO ENSINO SUPERIOR, VIA *WHATSAPP*.....168

DOI: 10.47402/ed.ep.c2020100012759

Gilselene Garcia Guimarães

CAPÍTULO 13 – O CASO NEYMAR JR. E A LIBRA DO FACEBOOK: EXPRESSÕES DA SOBREPOSIÇÃO DAS FORMAS COMUNICAÇÃO E JURÍDICA E ESTATAL.....188

Guilherme Bernardi

CAPÍTULO 14 – POR UM JORNALISMO DECOLONIAL: FERRAMENTAS PARA (RE)EXISTIR.....202

Hugo Wesley Oliveira Silva

CAPÍTULO 15 – JORNALISTAS SERGIPANOS E SUAS CONEXÕES COM A ELITE POLÍTICA LOCAL, UM ATALHO PARA O SUCESSO.....211

Isabel Rocha Souza

CAPÍTULO 16 – EXPANDINDO A LENDA: NARRATIVAS INTERMIDIÁTICAS E INTERAÇÃO VIDEOGAME/CINEMA EM “A BRUXA DE BLAIR”.....225

João Gabriel Xavier Marques

CAPÍTULO 17 – SMARTPHONES: USO E REPRESENTAÇÃO SOCIAL EM CRIANÇAS DE 10 A 12 ANOS DA REGIÃO METROPOLITANA DO RECIFE.....237

Anthony José da Cunha Carneiro Lins

João Guilherme de Melo Peixoto

Nathália da Franca Cavalcanti

Plutarco de Souza Almeida

CAPÍTULO 18 – A ERA DA INFORMAÇÃO E O DECLÍNIO DA DOMINAÇÃO PELO CONHECIMENTO.....246

João Victor da Mota Uzer Lima

CAPÍTULO 19 – A LEGITIMAÇÃO DOS VALORES ORGANIZACIONAIS NA PRÁXIS DAS MARCAS CORPORATIVAS EM AMBIENTES DIGITAIS.....265

DOI 10.47402/ed.ep.c202140919759

Daniel Dubosselard Zimmermann

Karla de Melo Alves Meira

CAPÍTULO 20 – O JORNALISMO EM REDE: REFLEXÕES TEÓRICAS SOBRE A PRODUÇÃO DE NARRATIVAS NO ESPAÇO VIRTUAL.....280

Paula Miranda
Leonel Azevedo de Aguiar

CAPÍTULO 21 – A IGREJA E O FENÔMENO DIGITAL EM TEMPOS DE PANDEMIA: UM ESTUDO DE CASO NO AMAZONAS.....295

Marcelo Alves da Silva
Viviane Simas da Silva

CAPÍTULO 22 – A UTILIZAÇÃO DO SOFTWARE PHL NA BIBLIOTECA DA EEP RAIMUNDO SARAIVA COELHO.....306

Maria FrancimarTeles de Souza
Johnnys Eliel Torcate

CAPÍTULO 23 – MEU NICK É FEMININO! UM ENSAIO SOBRE A DIFICULDADE DA PARTICIPAÇÃO FEMININA NOS JOGOS DIGITAIS.....315

Rafaela Azevedo Araújo

CAPÍTULO 24 – O POTENCIAL EDUCOMUNICATIVO DO RÁDIO NA AMAZÔNIA EM PROCESSOS DE EDUCAÇÃO AMBIENTAL.....325

Rosa Luciana Rodrigues

CAPÍTULO 25 – ANÁLISE DOS SISTEMAS DE TELECOMUNICAÇÕES CRÍTICAS MAIS UTILIZADOS PELAS AGÊNCIAS DE SEGURANÇA PÚBLICA E DEFESA NO BRASIL.....338

Wellington Nascimento da Silva

CAPÍTULO 1

MUITO ALÉM DA FOLIA: O DESLIZAMENTO DA CRÍTICA POLÍTICA PARA A SAPUCAÍ

Rafael Otávio Dias Rezende, Doutorando em Comunicação, UFJF
Marco Aurélio Reis, Professor Doutor e bolsista de Pesquisa e Produtividade, Unesa/RJ

RESUMO


O artigo se propõe a investigar como os moradores dos bairros periféricos da cidade do Rio de Janeiro utilizam as escolas de samba como espaço de comunicação. Através dos enredos, que se configuram como narrativas, eles podem expressar uma visão própria sobre os mais variados assuntos da vida social brasileira. Uma possibilidade rara, uma vez que os meios de comunicação tradicionais têm seus conteúdos produzidos, geralmente, por e para um público externo a esses locais. Toma-se como objeto os enredos que abarcaram a crítica política no carnaval de 2018, apresentados pelas escolas Beija-Flor de Nilópolis, Estação Primeira de Mangueira e Paraíso do Tuiuti. A análise das narrativas é conduzida tendo como referencial teórico o pesquisador Luiz Gonzaga Motta.

PALAVRAS-CHAVE: narrativa; escola de samba; política; funk; comunicação.

INTRODUÇÃO

A realidade dos moradores das favelas cariocas é constantemente retratada pela mídia brasileira. São comuns as reportagens sobre os vários aspectos que perpassam a vivência nesses lugares, tais como tragédias provocadas por enchentes; violência e a guerra das drogas; a pobreza, o descaso das autoridades e as dificuldades enfrentadas na rotina, dentre outras.

Programas policiais na televisão acentuam o drama dos acontecimentos. As séries humorísticas representam os habitantes da área periférica do Rio de Janeiro de forma por vezes estereotipada – indivíduos sem bons hábitos de educação e de comportamento, que falam alto, possuem linguajar vulgar, não atendem aos padrões de beleza, brigam com frequência e se vestem de forma simplória. Também as religiões afro-brasileiras possuem seus estereótipos reforçados, as chamadas macumbas são ridicularizadas, sem que haja qualquer compreensão da complexidade dessas crenças, o que colabora para a promoção da intolerância. As telenovelas frequentemente representam o negro como escravo – quando a trama se passa em séculos passados – ou em posição social inferiorizada, ocupando profissões mal remuneradas.



Figueiredo (2010, p. 77-80) identifica como “realismo de periferia” o interesse do público e, conseqüentemente, do mercado, pela “bruta realidade dos marginalizados”. Porém, boa parte dos jornalistas, escritores, roteiristas, diretores e atores que elaboram essas narrativas, assim como os empresários que lideram os grupos de comunicação do país, são brancos, de classe média ou alta, não moram e pouco vão às favelas, a não ser por razões profissionais. Ou seja, o conteúdo gerado nesse contexto pode reforçar uma “postura elitista e excludente que tende a confundir a cultura ocidental branca e masculina com o ideal de cultura para toda a humanidade” (FIGUEIREDO, 2010 p. 51).

Não tendo vez nem voz na grande mídia, a não ser pelo filtro de interesses de seus donos, os habitantes da periferia carioca desenvolveram suas próprias formas de expressar, configurando-se em uma estratégia inconsciente de sobrevivência, resistência e reinvenção. Uma das mais potentes delas são as escolas de samba, que adquiriram alcance mundial, tendo suas narrativas absorvidas também pelos meios de comunicação.

Sendo assim, o artigo propõe pesquisar a forma pela qual a periferia carioca elabora suas próprias narrativas sobre o cenário político brasileiro, através da competição carnavalesca. Utiliza-se, para isso, os enredos desenvolvidos pelas escolas de samba Beija-Flor de Nilópolis, Paraíso do Tuiuti e Estação Primeira de Mangueira no desfile de 2018. Respectivamente primeira, segunda e quinta colocadas no julgamento oficial, as agremiações ofereceram um olhar próprio às questões presentes no noticiário no período de preparação do desfile.

Os enredos serão observados através dos carros alegóricos e das fantasias. Considerando a limitação espacial do artigo, busca-se compreender de forma sintetizada o sentido de cada setor do desfile, dedicando maior atenção para os momentos em que questões da política nacional são evidenciadas. A metodologia usada é a análise crítica da narrativa, estudada através da percepção de Motta (2013).

FALA, SUBÚRBIO

Vinte e oito anos se passaram entre a assinatura da Lei Áurea, que encerrou oficialmente a escravidão em 1888, e a gravação do primeiro samba, *Pelo telefone*, em 1916. A obra é uma criação coletiva dos sambistas que frequentavam os eventos na casa da renomada mãe baiana Tia Ciata, na região central do Rio de Janeiro.

Entretanto, o samba foi registrado na autoria de Donga e Mauro de Almeida. A letra original dizia: “O chefe da folia/ Pelo telefone/ Mandou me avisar/ Que com alegria/ Não se

questione/ Para se brincar”. Porém, logo foi popularizada uma paródia feita por jornalistas que trabalhavam no jornal A Noite. Os profissionais da empresa teriam implantado uma roleta no bairro da Carioca para uma reportagem informando que os policiais eram coniventes com as atividades dos cassinos: “O chefe da polícia/ Pelo telefone/ Mandou me avisar/ Que na Carioca/ Tem uma roleta/ Para se jogar”, trazendo à tona, segundo Muniz Sodré (1998, p. 43) “uma das principais características do samba carioca: a letra como crônica do Rio de Janeiro e da vida nacional”.

Desde então, o samba registrou acontecimentos e teceu crônicas sobre o Rio de Janeiro e o Brasil. De Gonzaguinha¹ (“É, a gente quer viver pleno direito/ A gente quer viver todo respeito/ A gente quer viver uma nação/ A gente quer é ser um cidadão”) a Arlindo Cruz² (“O meu lugar é caminho do Ogum e Iansã/ Lá tem samba até de manhã/ Uma ginga em cada andar/ O meu lugar é cercado de luta e suor”), e de Leci Brandão³ (“No serviço de alto-falante/ Do morro do Pau da Bandeira/ Quem avisa é o Zé do Carçoço/ Amanhã vai fazer alvoroço/ Alertando a favela inteira”) a Cartola⁴ (“Alvorada lá no morro/ Que beleza/ Ninguém chora, não há tristeza/ Ninguém sente dissabor”), são inúmeros os sambas que oferecem uma visão peculiar sobre a vida, a partir das localidades de moradia e experiências de seus autores.

A consagração do samba carioca como símbolo da identidade brasileira se deu no contexto do Estado Novo (1930-1945). Quando Getúlio Vargas toma o poder, havia uma preocupação com a unidade nacional, sendo necessário a criação de raízes culturais para fortalecer os vínculos por todo o território (VIANNA, 2012, p. 61).


A necessidade de um consenso que projetasse o samba como o principal gênero musical do Brasil perpassou os mais diferentes grupos e motivações: o anseio de aceitação social das classes populares; o interesse dos políticos de controlar essas classes; a admiração e as trocas musicais promovidas por artistas eruditos, como o maestro Heitor Villa Lobos; o raciocínio disseminado por Gilberto Freyre em *Casa Grande e Senzala* (1933) de que o grande diferencial e potencial do país estava em sua mestiçagem, etc. (VIANNA, 2012).

¹É, de 1988, composta por Gonzaguinha. Disponível em: <encurtador.com.br/rCLN2>. Acesso em: 26 jun. 2019.

² Composta em 2012, *Meu Lugar* é uma homenagem de Arlindo Cruz ao bairro de Madureira. Disponível em: <encurtador.com.br/ahpsW>. Acesso em: 26 jun. 2019

³ Leci Brandão gravou *Zé do Carçoço*, de sua autoria, em 1985. Disponível em: <encurtador.com.br/bhuv5>. Acesso em: 26 jun. 2019.

⁴*Alvorada* é de autoria da Cartola, Carlos Cachaca e Hermínio Bello de Carvalho, tendo sido gravada por Cartola em 1974. Disponível em: <encurtador.com.br/lqwMT>. Acesso em: 26 jun. 2019.




Ou seja, o samba se tornou símbolo nacional a partir de processos de negociação entre os mais variados grupos sociais, que se relacionavam nos cafés, nas ruas, nas casas das mães-de-santo e nos carnavais. Como tal, desde o início, o samba absorveu no seio de sua formação afro-brasileira outras tantas variadas influências. Ora consensuais, ora conflituosas, esses processos revelam em seus embates as diferentes facetas do Brasil.

Napolitano e Wasserman (2019) consideram que é exatamente a grande fusão e complexidade de elementos presentes a razão pela qual o gênero se tornou “matriz da identidade musical brasileira”. Sem perder sua característica embrionária de afirmação e resistência da cultura negra, tornou-se “ponto de encontro das audiências” ao reunir elementos díspares que identificaram nesse espaço um território em comum. “O Estado Novo teria se aproveitado de uma prática cultural propícia à diluição de fronteiras e conflitos, utilizando o samba como laboratório cultural na construção de uma cultura nacional” (NAPOLITANO; WASSERMAN, 2019).

A primeira competição entre as escolas de samba ocorreu em 1932, sendo em seguida oficializada pela Prefeitura do Rio de Janeiro. Até finais da década de 1950, a maioria dos carnavalescos responsáveis pela concepção e realização dos desfiles era formada por moradores das comunidades de suas respectivas agremiações, sem formação acadêmica. Os enredos valorizavam os episódios e os heróis contados na história oficial – a maioria homens brancos –, em consonância com os interesses do governo. Os sambistas – a maioria negros – eram os grandes protagonistas da festa, e as quadras das escolas de samba eram chamadas de terreiros, tamanha a aproximação com a religiosidade de matriz africana.

Paradoxalmente, a partir dos anos 1960 essas características se invertem (CAVALCANTI, 1999, p. 29-30). As escolas caem no gosto da classe média e os desfiles começam a ser televisionados, demandando o desenvolvimento do espetáculo visual. A festa se profissionaliza e os carnavalescos – a maioria deles brancos – se tornam os protagonistas. Muitos deles possuem formação acadêmica, especialmente em Belas Artes, vindos de fora das comunidades. Entretanto, alguns deles – como Marie Louise Nery, Dirceu Nery, Fernando Pamplona, Arlindo Rodrigues e Newton Sá, sob o incentivo do presidente do Acadêmicos do Salgueiro, Nelson de Andrade – têm atuação destacada ao colaborarem para a inserção nos enredos do discurso de valorização da cultura afro-brasileira para uma comunidade de maioria negra, mas que até então se fantasiava costumeiramente como a nobreza europeia (FARIA, 2014). A partir desse processo, consolidado entre o fim da década de 1950 e meados de 1960,



os discursos oficiais passaram a dividir espaço com narrativas de contestação e valorização de personagens, culturas e crenças marginalizados.

Os enredos acompanham os anseios de cada tempo, seja o desejo do negro de se vestir como nobre europeu e contar a história oficializada pelo governo brasileiro, para assim ser valorizado e se sentir inserido na sociedade, como ocorreu sobretudo entre as décadas de 1930 a 1950; no momento em que passam a valorizar a própria história e os personagens negros, a partir de 1960; nas narrativas oníricas de Joãozinho Trinta, nos anos 1970, se configurando em uma aparente fuga da realidade como artifício para driblar o autoritarismo da Ditadura Militar; nos enredos críticos e irreverentes na segunda metade dos anos 1980, revelando os desejos do país ao longo do processo de redemocratização; as projeções do futuro e avaliações sobre o milênio que se encerrava, na década de 1990; ou mesmo a internacionalização dos temas e a crescente demanda por enredos publicitários, como reflexo da globalização e auge da monetarização da festa nos anos 2000. Logo, são narrativas que revelam as demandas e os pensamentos da sociedade de cada época, a partir da perspectiva das comunidades onde se sediam as agremiações. "Orientando o espetáculo, os enredos promovem a cada ano imensas conversas urbanas sobre os mais diferenciados assuntos", considera Cavalcanti (1999, p. 82).

Nos anos 1990, outra poderosa batida ressoou dos morros cariocas para o restante do país, servindo igualmente como meio para expressão das alegrias e tristezas dos seus moradores ante o fim do milênio. Muito antes de se tornar pop pelas mãos de artistas como Anitta, o funk carioca herdou características do rap de evocar em letras por vezes extensas sobre a realidade crua da vida nas favelas, retratando a pobreza e a ostentação financiada pelo tráfico de drogas, a violência e o sexo, os conflitos sociais e a indignação pelo descaso das autoridades.

Não à toa, algumas das canções de maior sucesso nos primeiros anos de consolidação do novo gênero são apresentadas sob o título de *rap*, como *Rap das armas*, *Rap do Silva* e *Rap da Felicidade*. As três batidas rítmicas dissertam sobre a violência originada pela guerra do tráfico de drogas nas favelas cariocas, cada uma oferecendo uma visão própria para o assunto.

Em *Rap das armas* – dos MCs Júnior e Leonardo, tendo ganhado nova versão dos MCs Cidinho e Doca⁵ –, o narrador lista em tom de ostentação uma série de armas

⁵ A versão de Cidinho e Doca acrescentou a lista de inimigos contra a qual as armas serão utilizadas. Disponível em: <<https://encurtador.com.br/clwxV>>. Acesso em: 26 jun. 2019.

(“Metralhadora AR-15 e muito oitão/ A Intratec com disposição/ Tem a super 12 de repetição/ 45 que é um pistolão [...]”) que serão utilizadas contra os agentes da segurança pública e as facções inimigas. O refrão é uma onomatopeia simulando o barulho do disparo de armas de fogo: “parapapapa pá, pá, pá, pá, pá, pá/ parapapapa pá, pá, pá, pá, pá, pá/ papará, papará, clack boom”.

Já *Rap da Felicidade* – gravado em 1994 também pelos MCs Cidinho e Doca⁶ – clama pela cessão da violência nas comunidades cariocas, em versos como “Eu só quero é ser feliz/ andar tranquilamente na favela onde eu nasci/ e poder me orgulhar/ e ter a consciência que o pobre tem seu lugar”. *Rap do Silva* – lançado em 1995, de autoria de MC Bob Rum⁷ – narra a morte de um homem comum (“só mais um Silva que a estrela não brilha”, diz a letra) ao chegar em um baile funk. O indivíduo morto é apresentado como uma pessoa que não se envolvia em atividades ilícitas – enfrentava o trem lotado para trabalhar, afetuoso com a família e considerado pela vizinhança, embora recebesse algumas críticas devido ao seu apreço pelo funk (“ele era funkeiro, mas era pai de família”). A canção ainda apresenta uma defesa ao gênero: “O funk não é motivo, é uma necessidade/ é pra calar os gemidos que existem nessa cidade”.

A defesa se justifica pelo estigma de associação direta do funk à violência e à pobreza, promovendo perseguição da polícia e tentativas de censura semelhantes aos que os sambistas vivenciaram nas primeiras décadas do século XX. “[...] os meios de comunicação justificavam o processo de criminalização da pobreza e, por extensão, das práticas culturais periféricas, como o funk, eles davam força à tendência de naturalização da guerra operada pelo Estado punitivo (NEVES, 2018, p. 67). Neves (2018, p. 70) acrescenta que a mídia contribuiu para relacionar a imagem dos funkeiros às facções criminosas e aos arrastões nas praias cariocas nos anos 1990.

Ao resistir ao silenciamento e conquistar repercussão com músicas que exploram o ponto de vista “do favelado”, os artistas do funk inserem a sociedade no estado de sítio vivenciado nos bairros subvalorizados do Rio de Janeiro.

As performances do funk [...] são expressões culturais que se narram, ao mesmo tempo em que organizam, as experiências e os sentimentos pulsantes nas “quebradas”. Os territórios e sujeitos foram minados [...] por discursos que privilegiam o consumismo e a guerra. [...] As cenas descritas pelas músicas funk trazem o cheiro de sangue, o som de armas [...] À medida que o estado de sítio

⁶ Disponível em: <encurtador.com.br/cqD04>. Acesso em: 26 jun. 2019.

⁷ Disponível em: <encurtador.com.br/auyPZ>. Acesso em: 26 jun. 2019.

compõe o cotidiano das favelas das principais cidades brasileiras, o funk continua noticiando as guerras particulares que eclodem nos rincões empobrecidos (NEVES, 2018, p. 67-75).

Assim, o funk e o samba – bem como os desfiles das agremiações carnavalescas – se constituem em um dos poucos espaços de comunicação em que os moradores da periferia carioca podem elaborar narrativas sobre suas experiências e visões sobre a sociedade brasileira, bem como a organização política e os conflitos dessa sociedade.

A NARRATIVA CARNAVALESCA

Luiz Gonzaga Motta (2013) define narrativa como dispositivo discursivo usado socialmente. Por ser desenvolvida conforme as intenções de seu interlocutor, jamais é neutra. Todos que narram querem convencer alguém de algo. Logo, se colocam no âmago das disputas de poder, buscando a hegemonia de um discurso específico, que vai determinar o modelo de realidade que uma sociedade tomará para si – história, cultura, costumes, religiosidade, etc. Não existe vida social humana sem narrativa.

Na visão do autor, a narrativa é um recurso que permite ao homem compreender a vida e o espaço que ocupa. Com ela, os fenômenos estranhos podem ser organizados e assimilados, tornando familiar aquilo que antes era estranho.

Nas observações de Motta (2013), a trama para convencer e prender a atenção de seu público precisa conter: 1- o elemento discordante (ou imprevisível), um acontecimento que promove o conflito, uma perturbação que foge do familiar e retira a obviedade dos fatos, necessitando de uma explicação para que possa ser compreendido; 2- a verossimilhança, provocada devido a sucessão dos momentos da intriga (episódios, capítulos, cenas) e obedecer ao efeito de causa-consequência. Porém, Luz (2013) considera que nem sempre os setores em um desfile de escola de samba obedecem à ideia de causa-consequência. Apesar disso, a autora acredita que isso não impede que o público compreenda o sentido proposto nos desfiles.

As ações são realizadas por personagens, que são sempre uma criação da narrativa e só existem como tal dentro dela, mesmo quando baseadas em pessoas reais. As personagens podem ser definidas quanto: 1- ao relevo – se destacando o *protagonista* (personagem principal) e o *antagonista* (opõe-se à personagem principal, gerando o conflito); 2- à composição – percebida como *plana* (possui as mesmas características ou qualidades em toda a história) ou *redonda* (sua personalidade é mais complexa e imprevisível, podendo se

transformar ao longo da trama); 3- aos tipos – *coletiva* (representa um grupo) ou *individual* (representa apenas a si mesma) (MOTTA, 2013).

A narrativa se materializa através da *linguagem*, que seria, conforme Motta (2013, p. 69), o instrumento mediador entre o homem e o mundo. “A linguagem é o instrumento privilegiado através do qual o homem se nega a aceitar o mundo tal qual é, lançando-se na incrível aventura contra a barbárie, contra a selvagem e caótica realidade, contra as indeterminações” (MOTTA, 2013, p. 70).

Farias (2007, p. 13) considera que a narrativa das escolas de samba é formada a partir da *linguagem carnavalesca*. Essa denominação compreende a junção dos elementos textuais (sinopse e letra do samba-enredo), estéticos (alegorias e fantasias), musicais (bateria e samba-enredo) e performáticos (encenações e coreografias) que vão resultar no enredo. O sentido de uma apresentação carnavalesca advém dessa soma.

Acrescenta-se ainda a expressividade da dança no desfile, uma representação corpórea e coreográfica, nos termos de Siqueira (2009), que traduz o enredo, mas igualmente o belo, o expressivo e o resistente morador da periferia, que fora da festa ocupa posições laborativas que o torna invisível urbano, figurante entre os moradores da cidade. “A cidade fixa uma possibilidade de corpo, uma possibilidade de dança. Temos que sofisticar nossa leitura destes mapas para podermos propor questões em diferentes vias de trânsito entre corpo, cidade e dança”, consideram Ahmed e Britto (2010, p. 334).

Logo, enredo é o tema abordado pela escola de samba, fragmentado em subtemas – os *setores* – e delimitado para caber no espaço e tempo disponíveis para o desfile, pressupondo um emaranhar de significações que convergem para o mesmo tópico, de modo a formar um raciocínio lógico (FARIAS, 2007, p. 17). Denominado por Cunha (2016) de *núcleo temático*, um setor corresponde geralmente por uma alegoria e as alas fantasiadas que a antecedem.

Embora um enredo, em alguns casos, leve a assinatura de um ou alguns poucos carnavalescos, deve-se compreendê-lo como uma criação coletiva. Isso porque sua construção possui inúmeras interferências e colaborações, seja imposições da diretoria da escola ou de patrocinadores; participação de pesquisadores na elaboração da sinopse; sugestões vindas da equipe de criação (desenhistas, projetistas) ou de execução do conteúdo estético (ferreiros, escultores, aderecistas e costureiros); ideias desenvolvidas por coreógrafos para a comissão de frente e performances em alas e alegorias; reinterpretação da sinopse pelos compositores do samba-enredo; *paradinhas* e inserção de instrumentos diferenciados, determinados pelo

mestre de bateria de acordo com o tema; negociação com o casal de mestre-sala e porta-bandeira sobre a fantasia a ser utilizada e a dança que será realizada por eles; dentre outros.

O desfile das escolas de samba acompanhou [...] a evolução da cidade do Rio de Janeiro. Sua natureza ritual, a um só tempo agonística e festiva, permitiu-lhe a absorção e expressão dos conflitos e relações da cidade em expansão: as camadas populares e as camadas médias, o jogo do bicho e o poder público, a zona norte e a zona sul... Essa é a base de sua permanência e atualidade: trata-se de uma forma cultural complexa e estruturada, cujo conteúdo expressivo – o enredo, o sambanredo, as fantasias e as alegorias – é o vetor da vasta rede de reciprocidade que percorre anualmente diferentes bairros e camadas sociais da cidade. [...] O Rio de Janeiro encontrou no desfile uma forma mediatizada de conversar consigo mesma (CAVALCANTI, 1994, p. 213-214).

Conforme Figueiredo (2010, p. 30), a visão da narrativa como produção coletiva vai ao encontro do pensamento do diretor de cinema Jorge Furtado e do historiador cultural Roger Chatier, para quem as obras são sempre resultados de negociações com o mundo social. Outra característica que o autor apresenta é do potencial cada vez mais crescente das narrativas estarem aptas a reinterpretações e transposições para as mais diferentes mídias e linguagens.

Citando como exemplo a forma com a qual os romancistas Euclides da Cunha e Guimarães Rosa construíram as suas obras, Figueiredo (2010) ressalta a possibilidade do autor criar uma narrativa que diz não exatamente sobre si, mas sobre um outro que não possui igual oportunidade de se expressar para um público maior.


Processo semelhante pode ser observado nas escolas de samba, quando o carnavalesco se esforça para desenvolver um enredo que contenha o discurso da comunidade. Essa preocupação é ressaltada pelo carnavalesco da Mangueira, Leandro Vieira, em entrevista a Leonardo Bruno para o jornal Extra⁸, pouco antes do desfile de 2018.

Eu posso pecar visualmente, posso pecar em aspectos plásticos, mas eu não gostaria de pecar nunca no discurso do enredo que eu apresento. Porque, para mim, o discurso do enredo, o conceito do enredo é o fundamental. [...] eu tenho a plena consciência de que aquilo que eu proponho [é] para a Mangueira. Então eu proponho com muito cuidado, porque eu tenho noção do papel da Mangueira nisso tudo (VIEIRA, 2017).

Cunha (2016) lembra que a grande maioria dos componentes em um desfile não é ator profissional, pago para encenar com empenho qualquer tema. Por isso, o sucesso de um desfile depende que o folião se identifique e compreenda o tema desenvolvido, representando a narrativa na avenida como sendo sua.

A partir do pensamento do professor Armando Silva, pode-se afirmar que o carnaval contribui de forma decisiva para construção imaginária do Rio de Janeiro, uma “[...] cidade

⁸ Disponível em: <encurtador.com.br/amvE7 >. Acesso em: 06 jul. 2017.



vivida, interiorizada e projetada por grupos sociais que a habitam e em suas relações de uso com a urbe não só a percorrem, mas interferem dialogicamente, reconstruindo-a como imagem urbana” (SILVA, 2011, p. 27).

Este imaginário se constituiu nas práticas narrativas nos desfiles, na mídia e na rede social, sobretudo como forma de auto-apresentação dos grupos da periferia do Rio, sejam eles ligados ao samba, ou ao funk. A fantasia do carnaval, o figurino que esconde o rosto e o corpo no funk, a exibição em grupos imensos nos desfiles e nos bailes são estratégicos na formação desse imaginário. "O carnaval como estratégia de apresentação convida a formas mais "engraçadas" de comunicação [...] ou gera a emoção de não saber com quem está sendo falado [...]", destaca Nestor Canclini (2012, p. 287), referindo-se às representações urbanas nas redes sociais digitais, num pensamento que se expande para a periferia carioca, seu samba, seu funk, todos representados na urbe e no ciberespaço como avatares de um imaginário no qual são atores.

“SOMOS A VOZ DO POVO”

Quarta escola a se apresentar no domingo de carnaval, o Paraíso do Tuiuti desfilou em 2018 sob o título *Meu Deus, meu Deus, está extinta a escravidão?*. A proposta do carnavalesco Jack Vasconcelos era refletir sobre a permanência da escravidão no século XXI, reconfigurada e escondida sob o manto da narrativa hegemônica que afirma o seu encerramento com a assinatura da Lei Áurea pela Princesa Isabel. Um indício do que será melhor desenvolvido no fim da apresentação é o abre-alas da escola, *Quilombo Tuiuti*, que associa a comunidade da escola como uma espécie de quilombo contemporâneo.

Em seguida, a agremiação conta a história da escravidão. O segundo setor, que se encerra na alegoria *Mercado de gente*, mostra que os mais diversos povos e etnias já foram escravizados – a exemplo dos egípcios, babilônios, gregos, romanos, eslavos e árabes. Em seguida, a exploração de riquezas e corpos humanos pelos europeus na África é visualizada em *Tumbeiro*, terceiro carro alegórico, que mostrou os negros engaiolados sobre navios negreiros na vinda para a América.


No quarto setor, a vida do negro escravizado no Brasil é representada através da exploração da mão de obra nos canaviais, cafezais, minas de ouro e de diamante e as novas configurações religiosas e culturais da sociedade brasileira são representadas. Depois, a luta abolicionista no país e a consequente assinatura da Lei Áurea – representada em um tripé – compõem o tópico seguinte.

O último setor do desfile, *Cativeirosocial*, mostrou de forma didática a permanência da escravidão na atualidade. A alegoria *Neo-tumbeiro* exibiu as mãos de homens engravatados manipulando os *manifestoches*. Os manifestantes que vestiram a camisa da seleção de futebol brasileira para protestar a favor do *impeachment* da presidente Dilma Roussef – fazendo barulho com panelas e enrolados em bandeiras do Brasil – teriam sido, na visão da escola, manipulados por empresários, políticos e meios de comunicação a apoiar e conferir aparência de legalidade ao que teria sido um golpe. Um dos autores utilizados por Vasconcelos na construção do enredo, Souza (2017) destaca ainda o protagonismo da Rede Globo nesse processo de convencimento da população sobre a destituição de Roussef do cargo. Transmissora dos desfiles para a televisão e internet, a emissora não se aprofundou na crítica promovida pela agremiação.

O encerramento do desfile contou ainda com uma crítica à reforma trabalhista, citando o trabalho informal e a sobrecarga que algumas empresas impõem a seus funcionários como problemas contemporâneos. Uma carteira de trabalho rasgada e repleta de marcas de tiro se transformou em escudo em uma das fantasias. Entretanto, a maior repercussão que o Paraíso do Tuiuti obteve foi com a representação do ex-presidente Michel Temer como vampiro. O destaque Léo Morais, vestido de *Vampiro neoliberalista*, chamou a atenção no alto da alegoria, com notas de dinheiro nas costas, terno e faixa presidencial, maquiagem e dentes de vampiro. Já Samile Cunha desfilou de *Quem é o pato?*, animal que simbolizou a campanha pró-*impeachment* promovida pela Federação das Indústrias do Estado de São Paulo (Fiesp).

Sexta escola a desfilar no domingo de carnaval, a Mangueira apresentou o enredo *Com dinheiro ou sem dinheiro eu brinco!* O enredo foi um manifesto contra a desvalorização das escolas de samba pelo prefeito do Rio, Marcelo Crivella, a partir da decisão da gestão municipal de reduzir a verba destinada ao espetáculo. Ao mesmo tempo, é também crítica à supervalorização do dinheiro no carnaval e uma reivindicação para que a emoção e a espontaneidade retomem maior importância na festa, fatores que se empalideceram à medida que os aspectos visuais se sobrepuseram.

Os primeiros setores do desfile mangueirense recorrem à memória de tempos em que o dinheiro não era o fator primordial para a realização da festa. O primeiro, *Antigos carnavais*, apresenta pierrôs, arlequins, colombinas, melindrosas e esculturas realistas de rostos de foliões fantasiados, esbanjando sorrisos fartos. No segundo ato, *A essência da folia: A brincadeira*, são lembradas as antigas manifestações carnavalescas, como o entrudo, o zê-pereira e o banho de mar à fantasia, culminando em uma alegoria em celebração aos



botequins, que são palco de muitas rodas de samba ao longo do ano e conservam o espírito livre do carioca.

No terceiro, *Escola de samba: um lapso de memória para lembrar-se das raízes*, o cenário é a Avenida Presidente Vargas, decorada para receber os desfiles, como era nos anos 60. As primeiras agremiações são representadas em alas inspiradas na nobreza europeia, constantemente retratada por elas nas primeiras décadas de existência. Porém, os aspectos de improvisado de fantasias feitas com poucos recursos são evidenciados: panos rasgados e cabos de vassoura sustentando estandartes formam a vestimenta.

Na sequência, a narrativa assume contornos políticos. Os blocos carnavalescos são convocados a tomar a Avenida Marquês de Sapucaí, o palco dos desfiles. Assim, na quarta alegoria, *Somos a voz do povo*, foliões fantasiados, estandartes dos blocos e esculturas de personagens do carnaval – como um rei Momo nu, a mulata com o corpo pintado e seio desnudo e a transformista Laura Vison – compõem o cenário propositalmente caótico, a fim de representar a desordem do carnaval de rua. A quinta e última alegoria, *Pouco me importam o brilho e a renda*, encerra o cortejo com esculturas de pierrôs, palhaços e arlequins com semblantes tristes e movimentos manipulados, entre cordas e engrenagens.


A crítica ao prefeito Marcelo Crivella surge em alguns pontos na parte final do desfile. Ainda no quarto carro, uma escultura de uma foliã contém nas nádegas – repletas de estrias – uma tatuagem com o escrito “Crivella” dentro de um coração; componentes seguram uma faixa com o dizer “As pragas que assolam o Rio: febre amarela, Temer, Pezão e Crivella”; outro folião carrega nas mãos um fantoche do Cristo Mendigo⁹, com o pedido “Olhai por nós...! O prefeito não sabe o que faz.”; na parte frontal, outra escultura segura o estandarte com a frase “Deixa o povo brincar”.

Em seguida, um elemento alegórico menor – o chamado *tripé* – trouxe o boneco de Crivella como Judas¹⁰, com uma placa sobre o pescoço com o escrito “Pega no Ganzá”, relembrando o verso do samba-enredo *Festa para um rei negro*¹¹, apresentado pelo Salgueiro

⁹ Em 1989, a Beija-Flor iria apresentar uma versão do Cristo Redentor como mendigo em seu desfile. Às vésperas do carnaval, a escultura foi proibida pela Igreja Católica. Em forma de protesto, o Cristo desfilou escondido por um plástico preto, sobre o qual foi colocada a faixa com a frase “Mesmo proibido olhai por nós”. A apresentação, bem como a alegoria censurada, tornaram-se um dos momentos de maior destaque na história das escolas de samba.

¹⁰ Malhação de Judas é uma tradição que ocorre geralmente no Sábado de Aleluia, em sociedades com influência católica, simbolizando a morte de Judas Iscariotes. Consiste em surrar e atear fogo em um boneco do tamanho de um homem, muitas vezes representando personalidades que não são bem aceitas pela população, como políticos.

¹¹ Autoria de Zuzuca. Disponível em: <encurtador.com.br/beikO>. Acesso em: 07 jul. 20.




em 1971, entoado pelo político enquanto candidato ao cargo que atualmente ocupa. Ao lado, a frase “Prefeito, pecado é não brincar o carnaval”, em referência à demonização da festa propagada pela Igreja Universal do Reino de Deus, da qual é bispo licenciado.

Encerrando a segunda-feira de carnaval, a Beija-Flor saiu vitoriosa da avenida com o enredo *Monstro é aquele que não sabe amar! Os filhos abandonados da pátria que os pariu*. A escola traçou um paralelo entre o livro de Mary Shalley, *Frankenstein ou o Prometeu Moderno* – que completava 200 anos em 2018 – e as mazelas da sociedade brasileira. Na obra, Frankenstein é um monstro criado a partir dos experimentos científicos de Victor Frankenstein, motivado pela ambição do conhecimento desmedido. Entretanto, logo após alcançar o feito, o criador abandona a sua criatura. Sentindo-se desprezado e sem conseguir estabelecer qualquer relação social, torna-se violento, chegando a assassinar o irmão e duas esposas de Victor.

A história serve como metáfora para se observar a realidade brasileira. Frankenstein seria o arquétipo do morador da periferia e seu criador o Estado, que o abandona à própria sorte. A desigualdade social que gerou o surgimento desses bairros pobres é fruto da ambição desmedida dos agentes do Estado. Estaria aí a causa da criação dos “monstros” que aterrorizam as classes média e alta. Sem se inserir nessa sociedade, os Frankensteins brasileiros se tornam passíveis de cometer atos de violência.

A comissão de carnaval da Beija-Flor – composta por Laíla e equipe – dividiu a narrativa em cinco partes. A primeira, entendida como uma introdução, situa o público na obra de Shalley. Os seguintes são denominados pelos sentimentos presentes no romance, reinterpretados para a sociedade brasileira, a saber: 02) *A ambição e a ganância* evidenciou a corrupção política; a cúpula do Palácio do Congresso Nacional foi transformada em um prato de comida, onde se deitou um morador de rua, enquanto as paredes do prédio da Petrobrás – empresa alvo de escândalos de corrupção – se abriam, revelando uma favela; no alto do edifício, grupos de funk e de samba se revezavam; 03) *O abandono* trouxe os refugiados da seca, crianças trabalhando – em vez de estarem estudando –, policiais mortos, pedestres assaltados, uma cena de violência em uma escola e um lixão, do qual se levantava um monstro; 04) *A Intolerância* religiosa, sexual, racial, cultural e esportiva foram os assuntos retratados nesse setor; 05) *A Redenção* no carnaval, considerado pela escola como festa democrática onde os grupos sociais podem se unir.




Observa-se que os enredos da Beija-Flor e da Mangueira não obedecem a estrutura de causa-consequência na passagem de seus setores, estando o Paraíso do Tuiuti mais próximo dos padrões canônicos sugeridos por Motta (2013). Nos três desfiles, os protagonistas são sujeitos coletivos: na Beija-Flor, são os indivíduos de baixa renda, moradores das periferias brasileiras; na Mangueira, são os sambistas e foliões cariocas; no Tuiuti, o escravo. Em todos os casos, os políticos são os principais antagonistas.

Entretanto, a Mangueira e Tuiuti elegem como personagens principais do conflito, respectivamente, Marcelo Crivella e Michel Temer. Ao personificar a força opositora, ambas se contrapõem às narrativas elaboradas pelo poder público – as quais os meios de comunicação reverberam, em alguns casos fazendo coro aos interesses dos políticos. Ao longo de seu mandato, Crivella já defendeu em inúmeras situações o encerramento do repasse de verbas para as escolas de samba, chegando até mesmo a divulgar propaganda na TV para defender seus argumentos. Da mesma forma, o êxito do *impeachment* de Dilma Rousseff e da Reforma Trabalhista na qual Temer tentou aprovar dependem do apoio de parte significativa da população para que aconteçam.

Já a Beija-Flor se valeu de desejos e percepções mais generalistas, assumindo, em parte, um discurso que se faz presente também na mídia. Ainda assim, a culpabilização do Estado pelas mazelas nacionais se opõe à ideia disseminada na sociedade sobre responsabilizar o pobre por sua condição financeira, bem como a isenção da responsabilidade do poder público com o elevado número de indivíduos que enxergam o crime como uma via de sucesso e sobrevivência. A valorização do carnaval como um evento com potencial para tornar o país mais democrático é outro tópico relevante, uma vez que muitos brasileiros absorveram uma narrativa de desqualificação dessa festa.

CONCLUSÃO

Quando os jornalistas do A Noite optaram por divulgar por meio de um samba parodiado a informação de que policiais eram tolerantes com a jogatina em roletas no Centro do Rio, eles instintivamente perceberam que esse gênero musical oferecia uma liberdade e poder de comunicação popular que por vezes era superior ao do periódico para o qual trabalhavam. Se a utilização do samba era um meio de expressão eficiente para os jornalistas – que já possuíam outro canal de comunicação em mãos – imaginemos para uma parcela da população que não tinha qualquer outro espaço para falar de si para o mundo e para os seus pares.



Assim, o samba e o funk representam o mundo a partir da visão das periferias cariocas, oferecendo versões diferenciadas para os acontecimentos daquelas expostas pela mídia. As escolas de samba, por sua vez, potencializaram essas informações, transformando essas mensagens em espetáculo de alcance mundial.

As narrativas apresentadas pelas agremiações possuem uma ou poucas assinaturas, mas são elaborações coletivas, a partir de processos de negociação entre os mais diversos componentes dessas instituições culturais, somados, ainda, a fatores externos. Entretanto, os bairros que as sediam continuam sendo o núcleo pelo qual os demais fatores irão gravitar. Logo, cabe ao carnavalesco absorver e canalizar as diversas demandas dos segmentos de uma escola de samba e da sociedade, mas deve valorizar o discurso de sua comunidade para que o projeto alcance o êxito esperado.

Os enredos confirmam a tendência das narrativas de serem cada vez mais multimídias e abertas a outras interpretações (FIGUEIREDO, 2010). Invariavelmente, eles surgem de uma cuidadosa pesquisa, que pode se referenciar em diversos livros, filmes, notícias e imagens para a constituição da mensagem e da criação artística. Temos, como exemplo, as citações ao *Frankenstein*, na Beija-Flor, e *A elite do atraso* no Paraíso do Tuiuti. A própria linguagem que constitui um enredo na avenida é plural, abarcando componentes textuais, plásticos, musicais e teatrais. Do carnaval, esses assuntos ganharão nova repercussão e interpretação pelos meios de comunicação. O destaque fantasiado como “Temer vampiro”, por exemplo, foi inspiração para ilustração de capa da edição brasileira do jornal *Le Monde Diplomatique*.

Os desfiles da Mangueira, Paraíso do Tuiuti e Beija-Flor contém os anseios, indignações, reivindicações, reconhecimento identitário e percepções da realidade das regiões onde se situam. São conflitos que se estabelecem sempre a partir do não reconhecimento dos discursos oficializados pelas instâncias de poder. Ao denominar seus antagonistas, Mangueira e Tuiuti apresentaram narrativas das mais contundentes e de maior repercussão contra os governos Crivella e Temer, com liberdade e clareza que muitas vezes os jornalistas não podem ou sequer intencionam noticiar.

Portanto, os enredos críticos são essenciais para dar visibilidade e voz à parcela da população carioca que não é suficientemente representada pela mídia tradicional, não sendo prioridade nem como emissora da mensagem, tampouco como receptora. Ao desenvolver uma modalidade narrativa para si, esse grupo consegue interagir com as instâncias de poder,

buscando com isso afirmar sua identidade, assegurar sua sobrevivência, atualizar suas demandas e viabilizar sua reinvenção.

REFERÊNCIAS

AHMED, A.; BRITTO, F. D.. Dobra 4 entrevista Alejandro Ahmed e Fabiana Britto. In: JACQUES, P. B.; BRITTO, F. D. (orgs). **Corpocidade: debates, ações e articulações**. Salvador: EDUFBA, 2010.

CANCLINI, N. G. et al. (Eds.) **Jóvenes, Culturas Urbanas y Redes Digitales**. Madrid: Ariel/Telefônica, 2012.

CAVALCANTI, M. L. V. C. **O rito e o tempo: ensaios sobre o Carnaval**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1999.

_____. **Carnaval Carioca: Dos bastidores ao desfile**. Rio de Janeiro: Funarte/UFRJ, 1994.

CUNHA, M. **A narrativa de carnaval**. Disponível em: <encurtador.com.br/CKW15>. Acesso em: 18 out. 2016.

FARIA, G. J. M. **O G.R.E.S. Acadêmicos do Salgueiro e as representações do negro nos desfiles das escolas de samba nos anos 1960**. 2014. 294f. Tese (Doutorado em História) – Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2014.

FARIAS, J. C. **O enredo de escola de samba**. Rio de Janeiro: Litteris, 2007.

FIGUEIREDO, V. L. F. **Narrativas migrantes: literatura, roteiro e cinema**. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio: 7 Letras, 2010.

LUZ, A. L. A teatralidade para além dos palcos na avenida do carnaval. In: **Textos escolhidos de cultura e arte populares**, v. 10, n. 2. Rio de Janeiro: UFRJ, 2013.

MOTTA, L. G. **Análise crítica da narrativa**. Brasília: Universidade de Brasília, 2013.

NAPOLITANO, M.; WASSERMAN, M. C. **Desde que o samba é samba: a questão das origens no debate historiográfico sobre a música popular brasileira**. Disponível em: <encurtador.com.br/djrNS>. Acesso em: 19 jun. 2019.

NEVES, J. A. “Lá vêm dois irmãozinhos de 762”: música funk, cenas e sonoridades do Rio de Janeiro na década de 1990. In: **ArtCultura: Revista de História, Cultura e Arte**, v. 20, n. 36, p. 60-75. Uberlândia, 2018.

SILVA, A. **Imaginários urbanos**. São Paulo: Ed. Perspectiva, 2011.

SIQUEIRA, D. C. O. Dança na rua: arte, representação e comunicação na cidade. In: BORELLI, S., FREITAS, R. (orgs). **Comunicação, narrativas e culturas urbanas**. São Paulo: Educ, 2009. p. 119- 138.

SODRÉ, M. **Samba, o dono do corpo**. 2. ed. Rio de Janeiro: Mauad, 1998.

VIANNA, H. **O mistério do samba**. Rio de Janeiro: Zahar, 1995.

CAPÍTULO 2

ANÁLISE DA COBERTURA DO *JORNAL NACIONAL* AO PRIMEIRO DEPOIMENTO DO EX- PRESIDENTE LULA (PT) AO JUIZ SÉRGIO MORO NA LAVA JATO – EM 10 DE MAIO DE 2017¹

Tamiris Artico, Mestra em Comunicação pela Universidade Paulista-UNIP, Docente titular dos cursos de Gestão Tecnológica, Graduação Tradicional e Especialização da Universidade Paulista-UNIP

Carla Montuori Fernandes, Pós-doutora em Comunicação Política pela Universidade de Valladolid-Espanha, Docente titular dos cursos de Gestão Tecnológica e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Paulista-UNIP

Jair Aparecido Artico, Mestre em Administração de Empresas, Docente titular dos cursos de Gestão Tecnológica e Coordenador de cursos de especialização da Universidade Paulista-UNIP

Ivanilce Santos Oliveira, Doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Paulista-UNIP

RESUMO


O objetivo deste artigo foi examinar as reportagens do depoimento do ex-Presidente Lula ao juiz Sérgio Moro, no processo da Lava Jato, veiculadas pelo *Jornal Nacional* da Rede Globo, em 10 de maio de 2017. Explorado o material, a hipótese formulada foi a de que o *Jornal Nacional* prepara e enquadra a agenda conforme a sua visão dos fatos, destacando trechos que reforçam o que se deseja propagar. O método utilizado foi análise de conteúdo com fundamento em Bardin (2011), selecionando as matérias, realizando a decupagem, e, após a apreciação, formulando a hipótese. Em seguida, o desdobramento da análise consoante o contexto político e jurídico do país. Concluiu-se, então, na afirmação da hipótese apresentada, resultando na percepção da ênfase de culpabilização atribuída ao Lula pelo *JN*.

PALAVRAS-CHAVE: jornalismo político; Lava Jato; parcialidade; *Jornal Nacional*; política.

INTRODUÇÃO

A percepção que a opinião pública possui de um governo e de suas ações passa pela mídia. Seu poder de escolher ou enfatizar acontecimentos, personalidades e prioridades, segundo sua lógica produtiva e empresarial é o principal influenciador no processo de análise, esquecimento ou valorização de fatos e acontecimentos. Nesse sentido, vozes, projetos e acontecimentos são selecionados ou não, valorizados ou não.

No cenário político brasileiro, tal interferência midiática foi identificada principalmente no telejornalismo, sobretudo o praticado pela Rede Globo de Televisão, via *Jornal Nacional*, que determinou por diversas vezes os rumos políticos do país. Transmitindo uma pretensa neutralidade, o *Jornal Nacional* ajudou a desbancar e elevar no campo político




quem lhe convinha, segundo os interesses da própria emissora. Segundo Ana Carolina Temer (2004), em seu estudo desenvolvido sob o tema: A consumação do Fato – Representação da primeira semana do Governo Lula no telejornalismo da Rede Globo, durante todo o período do regime militar, o *Jornal Nacional* transmitia notícias que enfatizavam uma postura nacionalista e demonstravam claramente o favoritismo ao governo. Mesmo com o término do regime, pode-se dizer que os telejornais da Globo se mantiveram afinados com os interesses do Estado. Em depoimento concedido a Geraldinho Vieira, Armando Nogueira (ex-diretor de jornalismo da emissora) relatou como se estruturava a definição da agenda política no telejornalismo:

Sofri mais pressão na época da Nova República do que na época do regime militar, até porque nessa época todos nós sabíamos que estávamos censurados mesmo, e segundo porque os militares (por falta de ideologia, por falta de alguém que verbalizasse o que porventura tivessem na cabeça) usavam muito pouco o veículo. Usavam mais para não deixar noticiar certas coisas do que para noticiar outras tantas [...]. O governo Sarney usava para impedir que você noticiasse um lado e para noticiar massacrantemente outro lado. No episódio da disputa por quatro ou cinco anos de mandato, o Planalto exerceu sobre a Globo uma pressão sufocante. Obviamente que havia também uma cumplicidade da alta direção da empresa. (VIEIRA, 1991, p.91)

Entre tantas intervenções do noticiário no cenário político, a que trouxe maior repercussão refere-se à edição manipulada do debate realizado anteriormente à eleição para a Presidência da República, em 15 de dezembro de 1989, feito que favoreceu o candidato Fernando Collor de Mello (PRN), quando concorria com Luiz Inácio Lula da Silva (PT). Não obstante, mudou seu posicionamento com relação ao governo Collor, estimulando a população e, principalmente, a juventude, por meio da divulgação das imagens dos "caras pintadas", a pressionar o Congresso Nacional a votar o *impeachment* do presidente. Já nas eleições presidenciais de 1994, Rubim (1999, p. 59) atesta que o *JN* não promovia nenhuma manipulação declarada em prol de Fernando Henrique Cardoso, como a do último debate entre Lula e Collor. Segundo enfatiza o autor, “uma cobertura quase isenta da campanha combinava-se com uma escandalosa publicidade do real no espaço jornalístico, com a vantagem de não contrariar a legislação eleitoral em vigor.” Na mesma linha editorial, nas eleições presidenciais de 1998, o *Jornal Nacional* (RUBIM, 1999, p. 14), manteve o compromisso de publicização do real e da política econômica de FHC. Para o autor (1999), o *JN* silenciava durante as reportagens aspectos negativos do governo FHC e ressaltava aspectos positivos, como a queda da inflação.


Nas eleições presidenciais de 2002, Porto et al. (2004) atestam que a cobertura do *Jornal Nacional* no primeiro turno apontou um tratamento equilibrado entre os quatro



principais candidatos, a saber: Lula, Serra, Garotinho e Ciro, ao passo que José Maria e Rui Pimenta tiveram um peso menor. Para os autores (2004), o *Jornal Nacional* promoveu uma discussão política mais imparcial, deu maior visibilidade aos candidatos e promoveu uma agenda que não causou transtornos à campanha de Lula, que se tornou presidente do Brasil. Entretanto, tal posicionamento político é alterado nas eleições de 2006, quando o então presidente Lula tentava a reeleição. Impactado pelo escândalo do “Mensalão”, que gerou uma extensa veiculação midiática, com reportagens que tentavam associar Lula ao esquema de corrupção, o período de pré-campanha pode refletir o indicativo da cobertura enviesada do telejornal em relação ao ex- presidente Lula e ao Partido dos Trabalhadores(PT).

Souza (2007) ao analisar a cobertura do *Jornal Nacional* no período de pré-campanha, de julho a agosto de 2006, identificou que dos 28 telejornais selecionados, o candidato Lula apareceu em 28 matérias e obteve 40% de valência negativa, 46,67% de valência positiva e 13,33% de valência neutra. Já o candidato Alckmin (PSDB) obteve o mesmo número de aparições que Lula, sendo 63,33% com valência positiva, 20% negativa e 16,67% neutra. Para a autora, o fato de o candidato Lula obter o dobro de valência negativa em relação ao adversário Alckmin, desperta atenção para a reflexão sobre a cobertura enviesada do *JN* durante o período de campanha eleitoral. Lula é reeleito presidente em 2006 e nas eleições posteriores, apoia sua sucessora Dilma Rousseff (PT), para continuar seu projeto político nas campanhas de 2010 e 2014. Não obstante, a eleição de 2014, da qual Dilma saiu vitoriosa, ganhou contornos emblemáticos, sobretudo em face de novos escândalos políticos, dentre os quais a operação da Polícia Federal denominada Lava Jato, que ocupou enorme visibilidade midiática.

A Operação Lava Jato tinha por objetivo averiguar uma rede de doleiros (Pessoas que atuam no mercado paralelo de câmbio, ou seja, mercado ilegal) que atuava em vários estados brasileiros. No decorrer das apurações, foi descoberto um amplo esquema de corrupção na Companhia de Petróleo Brasileiro (Petrobras), envolvendo políticos de inúmeros partidos, entre os quais o Partido dos Trabalhadores (PT) e algumas empreiteiras em operação no país. Entre os inúmeros desdobramentos desta operação que investigou e aprisionou donos de empreiteiras, executivos da Petrobras e inúmeros políticos de diversos partidos, o ex-presidente Lula tornou-se alvo de denúncias e tornou-se réu em algumas ações. A primeira denúncia aceita no processo da Lava Jato contra Lula se trata da imputação do crime de obstrução de justiça com a finalidade de silenciar Nestor Cerveró (ex-diretor da Petrobras). Pelo mesmo tipo penal (obstrução de justiça) Lula foi acusado de solicitar a abertura de uma



comissão no Senado Federal contra a Lava Jato, para refutar o que fosse veiculado na mídia, entretanto, nesta segunda investigação, o Procurador responsável, Ivan Marx, requereu o arquivamento por falta de provas e, no momento, aguarda-se decisão da Justiça Federal quanto ao pedido. Ainda na Operação Lava Jato, Lula responde por corrupção passiva e lavagem de dinheiro advindo de contratos firmados entre a Petrobras e a Odebrecht. Neste processo foram unidos dois inquéritos que corriam em separado, um referente ao uso de propina para a compra de um terreno que, segundo a denúncia, seria a nova sede do Instituto Lula e, em outro, o uso do dinheiro para a compra de um apartamento em São Bernardo do Campo (SP).

Lula é réu em outro processo chamado de Operação Janus, acionado por corrupção ativa e passiva, lavagem de dinheiro, tráfico de influência e organização criminosa; a ação versa sobre influenciar o Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES) e outros órgãos a favorecer a empreiteira Odebrecht em contratos de Angola. Na chamada Operação Zelotes, o ex-Presidente Lula é processado por tráfico de influência, lavagem de dinheiro e organização criminosa. Acusações relacionadas à compra e venda de medidas provisórias e sonegação de impostos. Em agosto desse ano, o juiz Sérgio Moro aceitou denúncia contra Lula referente ao sítio localizado em Atibaia. Nesta ele é acusado de corrupção passiva e lavagem de dinheiro. Corre, também, dois inquéritos (investigações em curso), um por formação de quadrilha (Operação Lava Jato), suspeito de comandar esquema de corrupção na Petrobras entre 2003 e 2014, e outro por tráfico de influência internacional, suspeito de influenciar o BNDES para oferecer vantagem à Odebrecht em contratos na América Latina e África.


Em 12 de julho de 2017, Lula foi condenado a nove anos e seis meses de reclusão por corrupção e lavagem de dinheiro no caso do triplex no Guarujá, condenação esta que foi interposto recurso à instância superior. Deste modo, o ex-Presidente Lula figura como réu em seis ações penais, sendo que em uma existe sentença, pendente de decisão recursal, e também é investigado em dois inquéritos. Os advogados de Lula defendem uma perseguição política ao ex- Presidente, agora mais evidente pelas atitudes do juiz Sérgio Moro, argumentam que o juiz ignora provas apresentadas pela defesa, como 73 testemunhas ouvidas, entre as quais encontra-se o ex- Presidente Fernando Henrique Cardoso que afirma que o Presidente da República, realmente, não sabe de todos os fatos que acontecem, inclusive, reconhece que também desconhecia a existência de um cartel de empreiteiras atuando na Petrobras, o que, conforme a denúncia, também atuava no seu governo, e atribui mais peso a depoimentos

prestados por delatores ligeiramente interessados em acordos de colaboração premiada e que convergem com a hipótese da acusação

Na busca ao conceito de parcialidade no Dicionário Jurídico (NUNES, 1994, p. 393), tem-se: “Vício ou defeito do ato de quem, ao declarar nele a sua vontade, ou numa questão ou demanda, procura torcer ou encobrir a verdade, para favorecer uma das partes interessadas: suspeita de parcialidade, parcialidade do juiz etc. Qualidade da parcial.” O juiz deve se comportar como uma figura imparcial no processo, um terceiro estranho às partes, não podendo interferir, para que, assim, o processo se desenvolva alheio a ele; caso não ocorra desta maneira, corre-se o risco de desequilibrar a balança (da justiça) e tornar-se suspeito.

Para o criminalista Paulo Sérgio Leite Fernandes (apud VASCONCELLOS, 2012) “o testemunho de quem está envolvido nos fatos não serve de comprovação de prova alguma. [...] para que uma prova testemunhal seja forte, é necessário que a testemunha seja desinteressada sobre os fatos”. Não há hierarquia entre as provas no Direito Penal, entretanto, uma prova testemunhal é mais fácil de contra-argumentar do que uma prova documental. Por esse motivo, prova testemunhal é mais frágil do que as demais e, diante disso, Luiz Flávio Gomes (apud VASCONCELLOS, 2012), jurista e cientista criminal, salienta que “só com prova testemunhal, dificilmente alguém é condenado por corrupção.”

Para o jurista Celso Bandeira de Mello (2015) as intenções políticas de atingir Lula são evidentes, uma vez que as investigações na Operação Lava Jato são seletivas, se concentrando, inicialmente, apenas no período petista e com relação aos “vazamentos” que ocorrem. Mello ainda ressalta que a história de corrupção na Petrobras é antiga e lembra o período de 1997 em que a Lei de Licitações (Lei nº. 8.666/93) foi fragilizada no governo FHC e permanece vigente até os dias atuais. Como evidência dessa perseguição do Moro ao Lula ora comentada, observa-se também a relevância que o juiz dá a um documento sem assinatura que diz ter sido encontrado na residência do ex-Presidente. Facilmente identificável, até mesmo por leigos, como um documento sem validade e que, por isso, deveria ser imediatamente desentranhado dos autos, Moro tenta utilizá-lo para persuadir Lula. Conforme citado pelo advogado Dj Jefferson Amadeus (2017), um conceito de ideologia elaborado por Warat se encontra muito próximo ao de paixão, pois muitas vezes a ideologia se torna, exatamente, o que é resumido por ele: “renúncia ao prazer de pensar”, e, nesse ínterim, Amadeus afirma “[...] que Sérgio Moro, por não conseguir suspender seus pré-juízos, demitiu-se do seu dever de pensar (e agir) de modo imparcial.”, chamando a atenção para a forma como se deu o interrogatório e vários deslizes na condução de todo o processo.



Nesse sentido, esse artigo tem por objetivo analisar a cobertura conferida pelo *Jornal Nacional*, durante o depoimento de Lula ao juiz Sérgio Moro, no dia 10 de maio de 2017, com o intuito de responder se a narrativa adotada nas reportagens buscou reforçar as contradições do ex- Presidente petista. A metodologia será análise de conteúdo (BARDIN, 2011).


Mídia e política: breves considerações

Os campos midiático e político encontram-se na sociedade contemporânea, totalmente imbricados, o que resulta na impossibilidade de tratá-los de maneira isolada. Isso porque os meios de comunicação de massa, mais precisamente a televisão, são hoje, por excelência, veículos construtores da realidade. Segundo o comunicólogo Muniz Sodré, a televisão possui, em detrimento de outras mídias, a capacidade de criar facilmente simulacros⁶ da realidade:

De fácil absorção pelo seu alto nível de informação imagético, e caracterizada desde o seu início como um veículo para as massas, a televisão vai criar simulacros de realidade, em que a diferença entre o “real” e o “imaginário”, é completamente apagada. Assim, um certo imaginário, tecnologicamente produzido, impõe seu próprio real (o da sociedade industrial), que implica um projeto de escamoteação de outras formas de experiência do real. (SODRÉ, 2000, p.33)

Nesse sentido, é marcante a intervenção da televisão nas várias instâncias da vida em sociedade, quer propiciando lazer e transmitindo informações, quer divulgando opiniões sobre economia e política. Especificamente no âmbito da política, informa-nos Thomas Skidmore: “a televisão está transformando rapidamente o modo pelo qual candidatos são construídos e como os políticos governam.” (SKIDMORE apud PORTO, 2004, p. 56) Se os programas televisivos possuem esse poder de representação e construção da realidade, graças, principalmente, ao caráter imagético da televisão, o telejornalismo, sobretudo de caráter informativo, marcado ainda pelo compromisso com a imparcialidade, acabou se tornando o porta-voz do discurso político.

⁶ A palavra “simulacro”, como é usada aqui, aparece com recorrência nas obras de Jean Baudrillard, mas é Muniz Sodré quem nos oferece uma definição concisa de simulacro, apreendendo, também, a própria relação da televisão: como a imagem de Narciso no espelho, o simulacro é inicialmente um duplo ou uma duplicação do real. A imagem no espelho pode ser o reflexo de um certo grau de identidade do real, pode encobrir ou deformar essa realidade, mas também pode abolir qualquer ideia de identidade, na medida que não se refira mais a nenhuma realidade externa, mas a si mesmo, ao seu próprio simulador. (2000, p. 33)



De acordo com Clóvis de Barros Filho (2003, p. 27), quando a televisão se estabeleceu como principal fonte de notícias, os conceitos como objetividade e imparcialidade na transmissão de qualquer acontecimento, se tornaram uma norma rotineira, uma prática indiscutível de boa conduta, fomentada principalmente pelos receptores, que passaram a perseguir tais pressupostos⁷.

Nesse sentido, criou-se, na concepção de Maria Helena Weber, a dependência, construída por uma relação de troca simbólica, do discurso político ao campo midiático, que transmitindo sob um aparente desinteresse, adquire uma legitimidade inquestionável junto ao público.

A política possui um discurso complexo que necessita de interpelação, identidade e precisa construir sujeitos com a mesma visão de mundo, pois reivindica o poder. Assim, o discurso político precisa explicitar e fortalecer, permanentemente, argumentos que justifiquem sua luta pelo poder. O discurso das mídias, ao contrário, raramente reivindica ou explicita posições, transmitindo a ideia de “estar a serviço”, “longe do poder” e imbuído de “neutralidade” na transmissão dos fatos.” (WEBER, 2000, p.33)

Nota-se que a ideologia de “estar a serviço do público”, circunscreve principalmente o campo telejornalístico. E, foi nesse sentido, que o *Jornal Nacional*, noticiário líder em audiência no país, construído sob a “aura da imparcialidade”, não somente definiu, por inúmeras vezes a agenda de discussão, como também influenciou na construção da história política brasileira. Não obstante, acredita-se que o *Jornal Nacional*, por meio de uma estrutura noticiosa aparentemente imparcial, reproduz uma série de regulamentos intrínsecos, elevando personalidades e enfatizando determinados acontecimentos por meio da construção de uma agenda que esconde interesses de Estado e mercadológicos da própria empresa jornalística. Dessa forma, tem-se uma agenda política, que nem sempre se encontra em consonância com a realidade. A intenção dessa pesquisa é testar essa hipótese, verificando a agenda e o enquadramento construído pelo *Jornal Nacional* em torno do governo do ex-Presidente Luiz Inácio Lula da Silva (PT), no processo da Lava Jato, tendo como objeto de estudo o dia 10 de maio de 2017, data do primeiro depoimento de Lula ao juiz Sérgio Moro.

⁷ Conforme levantamento quantitativo domiciliar feito pela Secretaria de Comunicação Social (SECOM) em 2016, sobre os hábitos de consumo de mídia pela população brasileira, a televisão ainda permanece como o meio de comunicação mais utilizado pelas pessoas no Brasil para se informar, com 89% de adesão junto ao telespectador.

Conjuntura Política

Em março de 2014 foi o início da midiaticização da Operação Lava Jato; em que foram cumpridos diversos mandados de busca e apreensão, de prisões e conduções coercitivas. Despertou o interesse da população brasileira ao repercutir imagens de montantes de dólares e apreensões de vários artigos de luxo, como carros, relógios e bolsas. Devido às personalidades políticas que investiga, rapidamente a Lava Jato ganhou grande relevância e alcance da população. O auge se deu no dia 24 de outubro de 2014, quando a edição da revista *Veja* veiculou em sua capa (vide imagem abaixo) a imagem do ex-Presidente Lula e, à época, da Presidente e candidata à reeleição Dilma Rousseff (PT) com a acusação de saber sobre o esquema de corrupção na Petrobras.

Imagem 1 – Capa da *Veja* de outubro/2014



Fonte: Google imagens, 2017.

O doleiro Alberto Yousseff disse, em sua delação, que Lula e Dilma sabiam do esquema do “Petrolão”. A partir de então, nota-se vazamentos seletivos do processo ganhando capas de jornais e revistas pelo País (vide imagens abaixo).

Imagem 2 – Capa da *Veja* de fevereiro/2015



Fonte: Google imagens, 2017.

Imagem 3 – Capa da *Veja* de julho/2015




Fonte: Google imagens, 2017.

Imagem 4 – Capa da *Época* de outubro/2015



Fonte: Google imagens, 2017.



Na sequência, ocorreram mais acusações e vazamentos, agora não só sobre o Partido dos Trabalhadores (PT), mas colocando o sistema partidário sob suspeita. Com toda essa repercussão em cima do processo da Lava Jato, o juiz Sérgio Moro se transforma em uma subcelebridade, encarado como herói. Pedro Serrano, professor de Direito Constitucional, mestre e doutor em Direito do Estado pela PUC-SP e pós-doutor pela Universidade de Lisboa, reconhece a perseguição ao PT.

É uma operação criada para investigar corrupção no âmbito de um governo de esquerda, ela vai ter uma lupa enorme sobre si, colocada pela mídia. Você distorcer a realidade, não é só mentir, basta colocar uma lupa no que lhe interessa. Por exemplo, o ex-Presidente e a Presidente não estão envolvidos nisso, mas são frequentes capas de revistas. O núcleo do governo e os principais quadros do partido não estão envolvidos nisso, mas há uma narrativa que insiste em envolvê-los. (CARVALHO, *Caros Amigos*, 2015, p. 13)

Serrano acredita que há uma intenção estimulada por um setor dos meios de comunicação:

O caso se tornar midiático, por um lado dá transparência para a jurisdição, por outro ele influencia na justiça. Por conta disso, no mundo inteiro existem mecanismos de mitigação da influência da mídia nos julgamentos penais. [...]. Quando esses casos se tornam midiáticos, fica complicado ser juiz, porque quando ele atende o desejo da mídia e de parte da população, é adorado, quando não atende, ele é achincalhado. Há uma óbvia perseguição ao PT. Na medida em que há um vazamento seletivo de informações, para alguns veículos específicos, escolhidos a dedo, os mesmos que sempre perseguem o partido, sem que se respeite o contraditório ou a presunção de inocência. Além de uma série de outras irregularidades.” (CARVALHO, *Caros Amigos*, 2015, p.13)

Quando as pessoas param para assistir televisão, a grande maioria assiste a Rede Globo, geralmente no horário nobre. O que abre a possibilidade de a emissora abordar temas políticos. Na televisão, os assuntos e o tempo da agenda são impostos, o que faz com que os telespectadores percam a autonomia e fiquem propensos ao controle político atribuído pela mídia, por tal motivo, Bordieu (1997) entende que o campo jornalístico reforça qualquer outro campo. Determina pautas de conversas do dia a dia da população e torna público aquilo que convém. Quando menos se percebe, o discurso apresentado se torna o mesmo para quem assiste/ouve, sem ser observado se favorece à classe à qual pertence. Notório perceber, e de fácil verificação, a quantidade (e tempo) de reportagens veiculadas pelo *Jornal Nacional* no âmbito político, principalmente, em detrimento do Partido dos Trabalhadores, mais precisamente a figura do seu líder, Luís Inácio Lula da Silva.

Análise das reportagens

Para compreender o conteúdo veiculado pela narrativa jornalística, recorreremos à análise de conteúdo (BARDIN, 2011) e às três etapas que compõem essa metodologia.

Segundo a autora, esta primeira fase possui três etapas, a saber: a escolha dos documentos a serem submetidos à análise, a formulação das hipóteses e dos objetivos e a elaboração de indicadores que fundamentem a interpretação final.

Na primeira etapa será realizada a seleção das reportagens que abordaram o depoimento do ex-presidente Lula (PT) ao juiz Sérgio Moro, no dia 10 de maio de 2017. Para formulação da hipótese, tem-se como pressuposto que o *Jornal Nacional* privilegiou uma narrativa que reforçou a tentativa de culpabilizar Lula pela aquisição do triplex no Guarujá, assim como apontar possíveis indicativos da participação do ex-Presidente nos esquemas de corrupção da Petrobras.

Como indicadores foi selecionado a retórica do enquadramento baseado na ênfase de selecionar trechos do depoimento cujo questionamento do juiz Moro se orienta para reforçar a tese de que Lula era dono do apartamento, assim como reportagens em que o ex-Presidente é interrogado por questões que não constam nos autos do processo. Após a visualização do conteúdo jornalístico, na etapa nomeada de exploração do material, as unidades de análise serão agrupadas, com base nos indicadores definidos na etapa anterior. Dessa forma, submeteremos as reportagens a uma decupagem narrativa, com base em textos retirados do site <http://g1.globo.com/jornal-nacional/>. Na terceira e última etapa, os resultados obtidos serão analisados sob a égide do contexto político e jurídico. O *Jornal Nacional* dedicou 15 reportagens sobre o depoimento do ex-presidente Lula (PT) realizado ao juiz Sérgio Moro, na sede da Justiça Federal do Paraná, em Curitiba, no dia 10 de maio de 2017, e sobre a própria figura do Lula, totalizando 23 minutos do noticiário, conforme aponta tabela 1. Foram veiculados no telejornal apenas alguns trechos do depoimento que durou aproximadamente 5 horas, com início às 14h20min e término às 19h10min.

Tabela 1– Reportagens do *Jornal Nacional* sobre depoimento do Lula (PT)

Reportagens	Tempo
Lula é interrogado como réu pela segunda vez na Lava Jato	34 s
Lula tenta suspender prazos do processo desde o início de maio	38 s
Lula chega a Curitiba às 10h30 em voo fretado e encontra Dilma	02 min e 12 s
Em depoimento de cinco horas, Lula se declara inocente	01 min e 46 s
Lula participa de ato público em Curitiba	58 s
Moro chama Lula de ‘senhor ex-presidente’ e pergunta sobre triplex	08 min e 55 s
Lula fala de encontro com Renato Duque	33 s

Em ato de apoio, Lula se emociona e diz estar em busca da verdade	38 s
Juiz esclarece sobre Instituto Lula	30 s
Lula nega ter pedido a Léo Pinheiro para destruir provas	45 s
Moro insiste nas perguntas sobre o tríplex	01 min e 26 s
Moro pergunta se Lula desconhecia propina da Petrobras	51 s
Lula nega veementemente ser dono do tríplex	52 s
Lula diz que procurou Duque para saber se ele tinha conta no exterior	01 min e 08 s
Advogados de Lula defendem que ele esclareceu que não é dono do tríplex	01 min e 15 s

Fonte: Tabela elaborada pelos autores de acordo com informações obtidas no site do Jornal Nacional.

Interessante notar que o *JN* privilegiou três reportagens em que o Moro buscou associar a figura de Lula aos investigados da Lava Jato, mais especificamente aos esquemas de corrupção da Petrobras. A reportagem “Em depoimento de cinco horas, Lula se declara inocente”, retrata a tentativa do juiz de investigar a participação de Lula no escândalo do “Mensalão” e de relacionar aos atos de corrupção da Petrobras. Não obstante, o telejornal não se omitiu de divulgar os trechos em que os questionamentos estavam presentes, como as matérias “Lula fala de encontro com Renato Duque” e “Lula diz que procurou Duque para saber se ele tinha conta no exterior”, em que o ex-presidente petista é interpelado sobre o encontro com o ex-diretor de serviços da Petrobras, Renato Duque, assim como com Paulo Roberto Costa, ex-diretor de Abastecimento da mesma empresa, figuras indicadas pela Justiça Federal por chefiar o esquema de corrupção da Petrobras.

De maneira semelhante, a matéria “Moro pergunta se Lula desconhecia propina da Petrobras”, de 51 segundos, traz o questionamento sobre o conhecimento de Lula sobre o pagamento de propinas que ocorriam na Petrobras, buscando associá-lo ao esquema de corrupção. Vale ressaltar que as interrogações de Moro em relação à corrupção da Petrobras configuram um desvio do processo do qual Lula estava sendo interrogado, sendo isto, inclusive, motivo de questionamento dos advogados do ex-presidente. O *Jornal Nacional* não apenas veiculou as questões que estavam fora do processo, como também ressaltou, na reportagem “Advogados de Lula defendem que ele esclareceu que não é dono do tríplex”, todos os processos dos quais o ex-Presidente é acusado e de investigações que, juridicamente, podem não se tornar processos-crime, conforme aponta trechoabaixo:


Além do processo sobre o tríplex no Guarujá, o ex-Presidente Lula é Réu em outras quatro ações. Duas também ligadas à Lava Jato. Uma, como a gente já falou, em Brasília, por uma tentativa de obstrução de justiça, no caso do ex-Diretor da Petrobras, Nestor

Cerveró; a outra em Curitiba, ligada a um terreno que seria para o Instituto Lula e a um apartamento que é vizinho ao de Lula. O ex-Presidente também é Réu, na ação que apura um suposto tráfico de influência no BNDES; e também na Operação Zelotes, que apura a suposta venda de medidas provisórias para favorecer montadoras. Lula é investigado, ainda, em seis inquéritos, entre eles, o do sítio de Atibaia. (informação verbal)⁸

Já o enquadramento conferido pelo *JN* na tentativa de atribuir a Lula a aquisição do triplex é construído sob a narrativa de buscar incongruências no depoimento, reproduzindo trechos em que o ex-Presidente demonstra certa fragilidade discursiva. A reportagem “Lula tenta suspender prazos do processo desde o início de maio”, de 38 segundos, narrou as tentativas efetuadas pelos advogados de defesa de Lula em suspender prazos processuais. Verifica-se que, intencionalmente, tenta-se demonstrar que Lula e seus defensores arquitetam procrastinar o andamento processual sem motivos que fundamentem os requerimentos, sendo certo que as tentativas intentadas, apesar de frustradas, são permitidas no âmbito da legislação penal, ainda que às decisões caibam o livre convencimento do julgador.

Na matéria “Moro chama Lula de ‘senhor ex-presidente’ e pergunta sobre triplex”, de quase 9 minutos de duração, resta notadamente demonstrada a perseguição política relatada pelos defensores de Lula, ao passo que a maneira como as perguntas dirigidas ao ex-Presidente Lula são instigadas e diversas vezes repetidas, evidenciando uma forma de conduzir o interrogatório diversa da disposta pela Constituição Federal, que apesar de não ser explícita em seu texto, prevê garantias como a da separação concreta dos poderes de acusação, defesa e julgamento, e, portanto, as partes são independentes no processo; demanda que pode ser observada também nas matérias “Moro insiste nas perguntas sobre o triplex”, de, aproximadamente, um minuto e meio de duração e “Lula nega veementemente ser dono do triplex”, de quase um minuto. Sendo assim, cabe ao Ministério Público acusar (Artigo 129 da Constituição Federal), ou seja, aprovas cabem à parte. Mas o que se vê é uma mistura de funções de um juiz acusador, fato este que pode ser do mesmo modo identificado no momento em que o juiz Moro tenta persuadir o ex-Presidente a falar a todo custo sobre um documento sem assinatura, que bem se sabe, não possui validade jurídica. Estes são exemplos de excepcional parcialidade da Justiça Federal do Paraná, em Curitiba, no processo movido contra Lula. Não foi por acaso que as capas das Revistas *Isto É* e *Veja* da semana do depoimento, colocaram Lula e Moro em posição de combate.

⁸ Fala do jornalista e apresentador William Bonner, após a veiculação da última matéria sobre o depoimento do ex-Presidente Lula ao juiz Sérgio Moro, no dia 10 de maio de 2017, no *Jornal Nacional*.



O que esperar de um Poder que deve agir com isonomia? Se Moro é parte, quem é o juiz? Aotratado depoimento, e o próprio processo, como duelo, deixou de ser ato de justiça.(CARVALHO,2017) Pelas observações aqui trazidas, o que intriga é a seleção feita pelo *Jornal Nacional* ao dar destaque especificamente nestes trechos da audiência, justamente, pelo telejornal ser um meiode comunicação de caráter informativo e pela influência que exerce aos que assistem. Constata-se que os trechos escolhidos pelo *JN* são momentos em que o juiz Sérgio Moro conduz as perguntas de forma tortuosa, demonstrando certo ímpeto em pôr em dúvida as respostas do ex-Presidente, com a consequente culpabilização antecipada, não respeitando, portanto, apresunção de inocência do réu (Artigo5º, inciso LVII, da CF), que se trata de um princípio constitucional e, portanto, garantia processual. Portanto, esta análise resulta de que o *Jornal Nacional* se performa como imparcial, mas destaca vozes que satisfaz interesses inerentes.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Buscou-se uma análise das reportagens veiculadas no *Jornal Nacional* referentes ao depoimento do ex-Presidente Lula, no dia 10 de maio de 2017, de forma a entender as vozes dadas e de que forma se apresentam. Foi possível ampliar a compreensão do assunto trazido e verificar de que forma a mídia hegemônica lida com os assuntos políticos atuais, em especial, a agenda dada pelo *Jornal Nacional* e de que forma a enquadra. Também foi realizada a conjuntura política para trazer o momento em que o ex-Presidente Lula passa a figurar no processo da Lava Jato e feita análise das reportagens veiculadas no *JN* no dia em questão, embasando no campo jurídico, por meio de especialistas, para assim compreender o quadro político que se enfrenta. Sendo assim, conclui-se na afirmação da hipótese inicialmente apresentada, a de que o *Jornal Nacional* prepara uma agenda e a enquadra em uma estrutura aparentemente imparcial, mas reproduz matérias enfatizando determinadas personalidades e acontecimentos que, na verdade, são de interesses estatais e empresariais da própria organização jornalística. Portanto, a agenda política exibida nem sempre se depara com arealidade.

REFERÊNCIAS

ABE, M. C.; BEZERRA, M. Defesa de Lula apresenta 1º recurso e pede a Moro esclarecimentos sobre decisão. **UOL**. 15 jul. 2017. Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/politica/ultimas-noticias/2017/07/15/defesa-de-lula-apresenta-1-recurso-e-pede-a-moro-esclarecimentos-sobre-decisao.htm>. Acesso em: 17 ago. 2017.

AMADEUS, D. Entrega o teu caminho ao Moro e a “evidência” te condenará. **Justificando**. 14 jul. 2017. Disponível em: <http://justificando.cartacapital.com.br/2017/07/14/entrega-o-teu-caminho-ao-moro-e-evidencia-te-condenara/>. Acesso em: 22 ago. 2017.

ARAÚJO JÚNIOR, Marco Antônio; BARROSO, Darlan (Coord.). **Vademecum**. 08ª edição. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2016.

ARAÚJO JÚNIOR, Marco Antônio; BARROSO, Darlan (Coord.). **Prática penal**. 09ª edição. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2013. (Coleção prática forense; v. 6).

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 2011.

BARROS FILHO, C. **Ética na Comunicação**. São Paulo: Summus, 2003.

BBC BRASIL. Não é só o tríplex: entenda as outras acusações e suspeitas contra Lula. 13 jul.2017. Disponível em: <http://www.bbc.com/portuguese/brasil-38303771>. Acesso em: 12 ago. 2017.

BOURDIEU, Pierre. **Sobre a televisão**. Rio de Janeiro: Zahar, 1997.

CARDOSO, F. **Provas no processo penal**. Disponível em: http://www.stf.jus.br/repositorio/cms/portaTvJustica/portaTvJusticaNoticia/anexo/Flavio_Cardoso.doc. Acesso em: 22 ago. 2017.

CAROSAMIGOS. Lava jato – O labirinto da operação. São Paulo: Caros Amigos, ano XIX, edição especial n°. 78, dez.2015.

CAROS AMIGOS. Rede globo 50 anos de manipulação. São Paulo: Caros Amigos, ano XIX, edição especial n°. 74, mai.2015.

CARVALHO, J. de. Por que Moro deixou de ser juiz e se tornou parte no processo de Lula?

DCM. 08 mai. 2017. Disponível em: <http://www.diariodocentrodomundo.com.br/por-que-moro-deixou-de-ser-juiz-e-se-tornou-parte-no-processo-de-lula-por-joaquim-de-carvalho/>. Acesso em: 14 set. 2017.

FELLET, J. Moro condena Lula a 9 anos e meio de prisão por caso do tríplex no Guarujá. **BBC BRASIL**. 12 jul. 2017. Disponível em: <http://www.bbc.com/portuguese/brasil-40488914>. Acesso em: 12 ago. 2017.

G1. DefesacriticaMoro edizqueLulaévitimadeperegruiçãopolítica.12jul.2017.Disponível em: <http://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2017/07/defesa-critica-moro-e-diz-que-lula-e-vitima-de-perseguiçao-politica.html>. Acesso em: 21 ago.2017.

GIMENES, E.; DIONÍSIO, B.; NUNES, S. Moro aceita denúncia contra Lula e outros 12 por caso envolvendo sítio em Atibaia. **G1**. Curitiba, 01 ago. 2017. Disponível em: <https://g1.globo.com/pr/parana/noticia/moro-aceita-denuncia-contr-o-ex-presidente-lula-e-mais-por-caso-envolvendo-sitio-em-atibaia.ghtml>. Acesso em: 17 ago. 2017.

LINDENBERG, C. Se Moro e Lula estão em luta, quem é o juiz? **Brasil 247**. 09 mai. 2017.

Disponível: <https://www.brasil247.com/pt/blog/carloslindenberg/294503/Se-Moro-e-Lula-est%C3%A3o-em-luta-quem-%C3%A9-o-juiz.htm>. Acesso em: 14 set. 2017.

MARETTI, Eduardo. ‘Não há exemplo na história de entreguismo tão deslavado quanto no governo FHC’. **RBA – Rede Brasil Atual**. 14 fev. 2015. Disponível em: <http://www.redebrasilatual.com.br/politica/2015/02/bandeira-de-mello-foi-fhc-quem-colocou-raposa-para-cuidar-de-galinheiro-na-petrobras-2905.html>. Acesso em: 15 ago. 2017.

MODESTO, D. V. B. O art. 3º da lei do crime organizado e a imparcialidade do juiz criminal.

Revista Jus Navigandi, ISSN 1518-4862, Teresina, ano 12, n. 1513, 23 ago. 2007. Disponível em: <https://jus.com.br/artigos/10307/o-art-3-da-lei-do-crime-organizado-e-a-imparcialidade-do-juiz-criminal>. Acesso em: 22 ago. 2017.

NUNES, Rodrigo. **Dicionário jurídico**. 02ª edição. São Paulo: Editores Associados, 1994. PINTO JÚNIOR, N. F. **O princípio da igualdade no processo penal**. Disponível em: <http://www.buscalegis.ufsc.br/revistas/files/anexos/17199-17200-1-PB.htm>. Acesso em: 21 ago. 2017.

PORTELLA, M. E. Imparcialidade do juiz. **Revista Jusbrasil**. 2015. Disponível em: <https://meportella.jusbrasil.com.br/artigos/174191723/imparcialidade-do-juiz>. Acesso em: 21 ago. 2017.

PORTO, M. Enquadramentos da mídia e política. In: RUBIM, A. A. Canelas (Org.).

Comunicação e política: conceitos e abordagens. Salvador: UFBA, 2004.


RUBIM, Antonio Albino Canelas. **Mídia e Política no Brasil**. João Pessoa: UFBA, 1999. SILVA, S. dos S. O juiz inquisidor e o atual paradigma processual penal brasileiro.

WEBARTIGOS. 01º dez. 2012. Disponível em: <http://www.webartigos.com/artigos/o-juiz-inquisidor-e-o-atual-paradigma-processual-penal-brasileiro/100785/>. Acesso em: 21 ago. 2017.

SODRÉ, Muniz. **Televisão e psicanálise**. São Paulo: Ática, 2000.

SOIBELMAN, Leib. **Enciclopédia do advogado**. Atualização de A. Fontes, M. Delmas e R. Reis Friede. 05ª edição. Rio de Janeiro: Thex Editora, 1995.

SOUZA, Florentina das Neves de. **O Jornal Nacional e as eleições presidenciais de 2002 e 2006**. Tese (Doutorado) – Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2007.



TEMER, Ana Carolina Rocha Pessoa. A consumação do Fato – Representação da primeira semana do “Governo Lula” no telejornalismo da Rede Globo de Televisão. **Revista Comunicação e Sociedade**. Metodista, ano 25, n. 41, 2004.

VASCONCELLOS, M. de. Provas testemunhais são frágeis, dizem criminalistas. **Revista Consultor Jurídico**. 06 ago. 2012. Disponível em: <http://www.conjur.com.br/2012-ago-06/provas-testemunhais-sao-frageis-condenacao-dizem-criminalistas>. Acesso em: 22 ago. de 2017.

VIEIRA, Geraldinho. **São super-homens os jornalistas?** São Paulo: Summus, 1991.

CAPÍTULO 3

A RELEVÂNCIA DA CULTURA DIGITAL PARA O AVANÇO DO TERCEIRO SETOR

Adoliran Rodrigo Santos Medrado Silva Relações Públicas, formado pela Universidade Salvador. Especialista em Comunicação Digital. Pesquisador em Mobilização Social, Comunicação Organizacional e Cultura Digital.

Agnes Bezerra Freire de Carvalho, Doutoranda e Mestre em Administração (UFBA), Especialista em Docência do Ensino Superior (UNIFACS) e Relações Públicas (UCSAL), atualmente é pesquisadora do CIAGS- CentrInterdisciplinar de Desenvolvimento e Gestão Social.


RESUMO

A Cultura Digital, impulsionada pelo advento das mídias digitais, contribuiu para a configuração de novos contextos sociais e organizacionais. Martino (2014) discorre como essas mídias estão integradas ao cotidiano, e foram assim apropriadas pelas sociedades como parte de suas atividades moldando os seus relacionamentos. Kanter e Fine (2011) afirmam que as instituições do terceiro setor, uma vez conectadas a essas mídias, mudam o foco de trabalho, passando a fazer parte de uma rede social mais ampla que existe dentro e fora das paredes institucionais, permitindo que essas se conectem a novos públicos para a promoção de mudanças sociais e mobilização de recursos. Dessa maneira, este artigo tem por objetivo analisar a relevância das ferramentas de comunicação digital – oriundas da cultura digital, para o avanço das organizações do terceiro setor. Para tanto, foi utilizado no percurso metodológico uma pesquisa descritiva, através das análises dos resultados do uso das mídias digitais pelo Instituto de Cegos da Bahia, que passou a fazer uso de ferramentas digitais para fortalecimento da imagem institucional e consequente mobilização de recursos. Entre os principais achados identificou-se a importância da incorporação das ferramentas de comunicação digital nas estratégias comunicacionais de uma organização do terceiro setor para mobilização recursos e de públicos de interesse.

Palavras-chave: Cultura Digital, Terceiro Setor, Comunicação Digital.

INTRODUÇÃO

As experiências empíricas, leituras e trabalhos acadêmicos, desenvolvidos pelos autores, trouxeram inquietações para os mesmos, pois perceberam a necessidade de aproximar as instituições atuantes no terceiro setor das possibilidades oriundas da cultura digital, visando mobilizar socialmente novos públicos para causas defendidas por essas instituições. Assim, como ponto de partida para escrita desse artigo, definiu-se como pergunta norteadora “qual a relevância da cultura digital para o avanço do terceiro setor?”, que norteou a condução da investigação e, em especial, apoiou a definição dos caminhos metodológicos.



Nesse estudo, primeiramente, apresenta-se o processo histórico do terceiro setor no Brasil e sua importância, seguidos de uma articulação com as contribuições da cultura digital para a área em geral. Para fundamentar as reflexões e olhares para essa pesquisa, o estudo apoia-se em diversos teóricos da Cultura Digital buscando contextualizar e apresentar as suas principais características. Realiza-se ainda, uma breve apresentação do objeto empírico Instituto dos Cegos da Bahia, a fim de trazer subsídios que contextualizem e contribuam na análise descritiva dos dados dessa instituição, através da Campanha “Existem muitas formas de ver o mundo”, veiculada no período de dezembro a janeiro de 2017 no ambiente digital e seus respectivos avanços a partir do uso das ferramentas de comunicação digital para fortalecimento da imagem institucional e consequente mobilização de recursos.


Justifica-se esse trabalho pela lacuna identificada na trajetória dos autores, que percebem uma necessidade latente da articulação desses saberes para prática do profissional de Comunicação, vislumbrando um espaço para atuação profissional na busca de estratégias viáveis para gestão da comunicação e do relacionamento com públicos estratégicos e mobilização de recursos, a partir do uso de ferramentas de comunicação digital no terceiro setor.

O Processo histórico do terceiro setor no Brasil

É sabido que, a estrutura da economia e a tramitação dos processos administrativos são compostas por três setores organizacionais: o primeiro setor composto pelo Estado regula e normatiza as ações sociais, econômicas e democráticas utilizando os recursos públicos para fins públicos. Já o segundo setor é formado pela iniciativa privada que gerencia a esfera empresarial através da utilização de recursos privados para fins e interesses privados. Por fim, apresenta-se o terceiro setor é constituído por organizações que atuam na defesa de causas sociais, utilizando recursos privados para fins públicos. (NOGUEIRA 2011).

O termo Organização não Governamental - ONG possui caráter genérico e não corresponde a uma natureza jurídica no Brasil. O termo foi utilizado pela primeira vez em 1950 pela Organização das Nações Unidas – ONU para definir toda organização da sociedade civil que não estivesse vinculada a um governo.

O processo histórico da atuação das organizações do terceiro setor no Brasil é constituído por quatro momentos fundamentais. O primeiro momento histórico de atuação se estende até os meados do século XX, onde as primeiras noções de atuação social estão associadas à conduta e atuação da Igreja Católica, com grande atuação das Santa Casa de



Misericórdia que pautavam a suas atividades nos princípios da moral cristã, através do auxílio aos pobres em vulnerabilidades social, crianças abandonadas, deficientes físicos e mentais.


O segundo momento pode ser compreendido a partir da atuação do governo Getúlio Vargas que, através da implementação de políticas públicas, impulsiona que o Estado assumia o papel de formulador e implementador destas políticas. Ainda na Era Vargas (1938), foi criado o Conselho Nacional de Serviço Social - CNSS, e se estabelece que as instituições inscritas pudessem receber subsídios governamentais (FRANCO 2003).

Assim, entende-se a gestão do presidente Getúlio Vargas como um período em que o assistencialismo é assumido como uma estratégia política do governo. Nessa fase, a Igreja Católica dividiu com o Governo a “responsabilidade por obras assistenciais paternalistas e avessas ao questionamento social, agindo como uma poderosa aliada do estado, no controle das manifestações de insatisfação social” (CARRION, 2000 p.242).

Seguindo a ordem cronológica, o terceiro momento histórico, iniciado aproximadamente em 1970, pode ser considerado uma nova e importante fase pelo fato de ter ocorrido grande articulação entre as instituições atuantes se unindo e fortalecendo os movimentos sociais da época. Com o apoio da Igreja, tornam-se porta vozes de problemas locais e nacionais. É relevante destacar que é nessa época que a conceituação de Organização Não Governamental - ONG se fortalece e se faz presente no país. Essas organizações, por sua vez, transformam-se em um “forte escudo” político e democrático das mazelas sociais da época, passando a denunciar as situações de repressão, desigualdade e injustiça social.

O quarto momento histórico, apresenta como principal destaque e avanço, a promulgação da Constituição de 1988 que define o conceito de cidadania e apresenta um arcabouço filosófico para a elaboração de políticas sociais. Como consequência da Constituição Cidadão, em 1990 foi instituído o Estatuto da Criança e do Adolescente – ECA, o marco legal e regulatório que norteia a proteção integral da criança e do adolescente. A Lei de Incentivo à Cultura é promulgada e publicada em 1991. Em 1993 foi a vez da Lei Orgânica da Assistência Social. Nesse mesmo período, ocorreram longas discussões políticas sobre a atuação das Organizações Não Governamentais e sua relação de normas trabalhistas, que culminaram a lei que dispõe sobre as diretrizes e normativas do voluntariado no ano de 1998.

Em março de 1999 entra em vigor a importante Lei 9.790/99 que estabelece os termos para a qualificação das Organizações da Sociedade Civil de Interesse Público - OSCIP. Ações de transparência passam a ser de “obrigatoriedade das organizações do terceiro setor



que obtenham essas qualificações de forma ainda mais severa pelo Ministério Público, conforme cumprimento de auditoria”. (CARRION, 2000 p.243)

No entanto, destaca-se que ao longo dos anos 2000, a imagem de organizações desse segmento foi atrelada aos parâmetros de desconfiança e indignação social, por conta de denúncias de corrupção na esfera federal, que envolveram a participação de políticos, pessoas públicas, a ONGs existentes e até mesmo criações de novas organizações sociais, que eram associadas constantemente a roubos de lavagem de dinheiro. (RIBEIRO, 2010). Contudo, de acordo com Paiva (2009), o terceiro setor se desenvolveu a partir dos movimentos sociais, que agem orientados pelas mudanças e pela garantia do cumprimento dos direitos civis para a construção da cidadania.


Martins (1998) ressalta que as organizações atuantes do terceiro setor visam de certa forma uma espécie de revolução democrática, valorizando cada vez mais o coletivo e o associativismo, recriando as relações entre sociedade e Estado. Entende-se assim que ao longo de todo processo histórico descrito, essas organizações atuam em afluência com a defesa das causas a qual se destinam, buscando cada vez mais ações de inclusão, igualdade social de direitos e uma democraciaparticipativa.

A cultura digital presente no avanço do terceiro setor

Para Castells (2010, p.11), “a sociedade em rede se constituiu como um sistema global, prenunciando a nova forma de globalização característica do nosso tempo” em que os avanços tecnológicos mudaram as formas de acesso, distribuição, armazenamento e produção de conteúdo dos meios de comunicação.

A pesquisadora Lúcia Santaella, no seu livro *Culturas e Artes do pós-humano: da cultura das mídias à cibercultura* (2003), traça uma evolução das Eras Culturais que contribui para construção de uma linha do tempo comportamental das formas de interação da Sociedade em Rede tratada por Castells (2010). Nessa obra a autora discute os processos culturais em diferentes meios comunicacionais até a era digital. Para tanto, Santaella (2003), propõe a divisão das eras culturais em seis tipos de formações: a cultura oral, a cultura escrita, a cultura impressa, a cultura de massas, a cultura das mídias e a cultura digital, declarando que essas divisões são pautadas na convicção de que os meios de comunicação, desde o aparelho fonador até as redes digitais atuais, não passam de meros canais para a transmissão de informação.

Uma vez que o modo de produção de conteúdo é reinventando e as novas formas de



acesso, distribuição e armazenamento se potencializam com o desenvolvimento da internet por múltiplas plataformas junto a intensificação dos dispositivos móveis, a interatividade e participação se faz presente entre o público e os meios de comunicação, surgindo assim a cultura digital.


Santaella (2003, p.28), afirma que por essa razão a era digital vem sendo também chamada de cultura do acesso, pois essa formação cultural está nos colocando não só no seio de uma revolução técnica, mas também de uma sublevação cultural cuja proporção é se alastrar tendo em vista que a tecnologia dos computadores tende a ficar cada vez mais acessível.

Ainda na cultura digital a convergência dos meios apresenta uma expressiva diferença entre o processo social dos indivíduos. O sociólogo Henry Jenkins correlaciona os conceitos de inteligência coletiva e cultura participativa, criando o conceito de Cultura da Convergência, onde as velhas e as novas mídias se colidem, onde a mídia corporativa e mídia alternativa se cruzam, e o poder do produtor de mídia e o poder do consumidor interagem de maneiras imprevisíveis. (JENKINS, 2009, p.29)

O digital como cultura desperta a autonomia social, desse modo, Jenkins (2009) refere-se a cultura participativa como o oposto a passividade dos espectadores dos meios de comunicação e formatos adotados em eras culturais anteriores, os indivíduos que hoje fazem parte da cultura digital buscam cada vez mais meios de comunicação interativos e participativos.

Do mesmo modo que neste ciberespaço de natureza intangível, surge um espaço de atuação dos movimentos sociais e das instituições do terceiro setor, no qual Castells (2012) conceitua como o terceiro espaço, sendo um ambiente da autonomia dos movimentos, pois é no espaço digital que se faz presente a livre rede de comunicação, a qual exerce uma força transformadora desafiando a ordem institucional.

Assim, compreendendo esse contexto e a realidade do terceiro setor, segundo Lucian et. Pinto et. França (2013) as condições primordiais para que essas organizações passem a fazer uso de ferramentas de comunicação digital estão relacionadas a economia de recursos financeiros, pois segundo os autores, a economia dos recursos financeiros é uma das condições principais para qualquer ação; e a utilização das mídias sociais digitais favorece a eliminação de custos, não havendo a necessidade, a princípio, da compra de espaços publicitários; não existindo também o custo de impressão gráfica, possibilitando o uso de boas ferramentas e



aplicativos de baixo custo, como, Instagram, Youtube, Facebook e entreoutros.

Contudo, para Periotto e Theodoro (2003) muitas das organizações do Terceiro Setor ainda utilizam muito pouco os recursos disponíveis pela cultura digital, e a maior parte das organizações utilizam as redes para empregar ações pontuais de comunicação digital como o envio e recebimento de e-mail e busca de informações *naweb*.

Esse cenário pode ser compreendido e exemplificado a partir de um estudo realizado pela Fundação Salvador Arena em 2016 com instituições sem fins lucrativos que atuam nas regiões da

Baixada Santista em São Paulo. Essa pesquisa apontou que 95% das ONG entrevistadas não possuíam sites ou estavam com páginas desatualizadas. Destacou-se ainda que 30% dessas organizações não utilizavam as redes sociais ou estavam com perfis desatualizados.


Corroborando a essa pesquisa, Lima et Abbud (2013) refletem o quanto, na perspectiva dos gestores das ONGs, é difícil compreender a importância da comunicação para o processo de gestão, pois estão absorvidos por demandas que consideram essenciais. Não se pode ignorar que muitas instituições vivenciam uma realidade que está diretamente relacionada as necessidades do público atendido por elas, causas como: diminuição da fome, erradicação da miséria e luta por direitos sociais.

Porém observa-se que as instituições do terceiro setor podem passar a desenvolver, a partir do uso de ferramentas de comunicação digital, “um conjunto inestimável de novos recursos para acessar e disseminar informações a baixo custo, além disso, para comunicarem-se de maneira sistemática com públicos de interesse, proporcionando uma tribuna global para suas causas”. (PERIOTTO; THEODORO, 2003, p.32)

Portanto, a atuação das instituições do terceiro setor nos espaços digitais poderá ser na maioria das vezes implementada, contribuindo para que o trabalho dessas instituições não fique à margem dos avanços sociais provenientes da cultura digital, tornando o ciberespaço um campo fértil para contribuições positivas.

O uso das mídias digitais pelo Instituto de Cegos da Bahia

O Instituto de Cegos da Bahia, organização da sociedade civil pessoa jurídica de direito privado sem fins lucrativos, fundada em 30 de abril de 1993, nasceu do desejo de amparar deficientes visuais que viviam pelas ruas de Salvador sem nenhum tipo de




assistência. Atualmente a missão da instituição é a inclusão da pessoa com deficiência visual na sociedade, atuando nos segmentos de saúde, educação e assistência social em um trabalho de prevenção, diagnóstico, habilitação, reabilitação e inclusão social dos deficientes visuais.

Em novembro de 2017, a instituição lança a sua primeira grande campanha instrucional “Existem muitas formas de ver o mundo”. Esse conceito foi desenvolvido a partir de um projeto interno, que teve seu início dois anos antes da campanha de fato ser veiculada. A assessora de Comunicação e Captação de Recursos do ICB conseguiu estruturar novas parcerias institucionais e assim, pôs em prática o seu planejamento, levando ao conhecimento da Diretoria o projeto de desenvolvimento dessa Campanha, que tinha como objetivo geral trazer para instituição visibilidade, mobilização de novos públicos e a ampliação e manutenção dos serviços prestados.

Essa Campanha, desde seu conceito inicial, buscava ir além das ações presente nas mídias off-line, que diz respeito a mídia tradicional, estratégia promocional que não utiliza a internet, e cientes que para ampliar novas possibilidades em mobilização, a equipe do ICB tinha consciência de que seria necessário o desenvolvimento urgente de estratégias on-line. O Instituto dos Cegos da Bahia, mantinha somente um site, passa, a partir do lançamento da Campanha a fazer uso das mídias digitais. Para tanto, foi criado: um canal no YouTube, no qual foi lançado todo conteúdo em vídeo da Campanha, como também uma página no Facebook e um perfil no Instagram para apresentação do trabalho desenvolvido pelo ICB junto as ações da campanha. Ressalta-se que toda a campanha foi desenvolvida de forma voluntária, graças ao empenho de todos os parceiros que fizeram parte do projeto, dentre eles a agência de Comunicação Morya – produtora de todo conteúdo de roteiro, gráfico e audiovisual.

Um vídeo que conta história da aluna Manuela Dourado, carinhosamente chamada de Manu, atendida pelo Instituto foi compartilhado de forma on-line pelos novos canais digitais do Instituto, se consolidando como principal peça da Campanha. Manu conta no vídeo o que ela teria vontade de ver no mundo, caso pudesse de alguma forma enxergar. A partir desse relato, o músico Carlinhos Brown, produziu uma música especial, que teve como objetivo proporcionar a Manu uma possibilidade de ver o mundo como ela desejou. Ao apresentar a música para ela, Manu narrou ao músico e compositor Carlinhos Brown que após ouvir a canção feita por ele que ela “conseguiu ver através da música”. Esse relato, que apresentou as diferentes possibilidades de enxergar o mundo, impulsionou a criação do conceito-chave de toda campanha.




Através da plataforma de vídeo on-line YouTube, tendo como base na observação das métricas da própria plataforma e na análise de relatórios institucionais, pode-se observar que no período entre 08/11/2017 a 14/05/2018, ou seja, com exatos- 186 dias de veiculação do conteúdo, o vídeo acumulou 31.799 visualizações, indo além do país de origem. É importante destacar que, um dia após o lançamento, o vídeo já havia conquistado a marca de 2.302 views no Brasil, tendo o alcance de views ampliado a outros países como Estados Unidos (1258 views), Portugal (8 views), Itália (7 views), Suíça (6 views) e outros países (40 views). Durante o período observado, o tempo de visualização geral foi de 59.909 minutos, tendo como estimativa a média de visualização de 1:53minutos.

Considera-se o número de visualizações de 31.799 views como um resultado extremamente positivo, até mesmo pelo alcance a outros países, pode-se assim dizer que 31.799 pessoas param para conhecer a causa da pessoa com deficiência visual com base no trabalho desenvolvido pelo projeto do Instituto de Cegos da Bahia em parceria com o músico Carlinhos Brown; Pode-se ainda afirmar que criou-se uma ambiência para que esse público seja mobilizado para a causa da pessoa com deficiência visual, pois porque em um dado momento, esse mesmo público pode-se atentar ao discurso apresentado neste vídeo. Em relação aos resultados obtidos através da criação de uma fanpage do ICB no Facebook, que foi lançada a partir da campanha, notou-se que os seguidores da página são em grande maioria mulheres, da faixa etária de 35 a 44 anos. Os seguidores estão em maioria no Brasil, sendo a principal incidência na cidade na qual a instituição está inserida.

A organização entendeu esse fato como um reconhecimento na cidade pelo trabalho desenvolvido. Outro dado de importância visto através da página do Facebook foi o fato do número dos seguidores da página ser majoritariamente feminino. Acredita-se que esse dado fortalece e é justificado, pela pesquisa desenvolvida sobre o perfil do doador brasileiro realizada pelo Instituto para o Desenvolvimento do Investimento Social – IDIS, em parceria com diversos especialistas no ano de 2015. Nessa pesquisa foi evidenciado que a maioria dos doadores de organizações sociais é composto pelo público feminino (49% contra 42% dos homens); quanto maior a idade, mais faz doação; moradoras da região Nordeste, ou Sudeste; com instrução superior, possuidoras de renda individual superior a quatro salários mínimos, satisfeitas com a própria renda e possuem religião.

Espera-se que o público alcançado pela instituição através da sua página do Facebook, esteja suscetível também para mobilização de recursos. Além disso, verificou-se através dos relatórios descritivos das métricas observadas, um vasto alcance de público, expressivos



resultados em propagações de informações importantes que anteriormente eram disseminadas por mídias e meios de contato tradicionais que não obtinham ampla abrangência.

Pode-se concluir ainda que a *fanpage* do instituto tem servido como uma nova fonte de propagação das informações do trabalho que a instituição desenvolve em prol da pessoa com deficiência visual. Compreendendo, que a informação é a base do processo de mobilização. Todos precisam no mínimo, de informação para se mobilizarem, mas, além disso, precisam compartilhar um imaginário, emoções e conhecimentos sobre a realidade das coisas à sua volta, gerando a reflexão e o debate para a mudança, e é pela informação que esse processo ocorre. (BITTENCOURT apud. HENRIQUES et al, 2016)

O Instagram, que também lançado em novembro de 2017, conta atualmente com 1.500 seguidores. Foi considerado para o ICB como uma mídia importante uma vez que pesquisas apontam que a população brasileira encontra-se entre as cinco que mais utilizam o aplicativo. Em relação ao uso do Instagram, destaca-se que 65% dos conectados abrem o aplicativo, no mínimo, uma vez ao dia, consumindo, em média, 90% do seu tempo absortos na plataforma. As 50 marcas mais populares nesta rede, possuem em média 722.000 seguidores, ou seja, um grande público em potencial. (DEMAZIO et al, 2016)


No entanto, se comparada com outras instituições do mesmo segmento e no mesmo estado, pode-se considerar o presente número de seguidores do Instituto de Cegos da Bahia ainda

é insuficiente para mobilização. Entende-se que para mobilizar é preciso planejar e estabelecer trocas, manter contatos e reunir o maior número de pessoas, para que o vínculo entre elas e o projeto mobilizador se mantenha e se fortaleça (NEPOMICENO, 2012).

Ainda em relação ao Instagram, no período observado entre 12 a 18 de maio de 2017, o perfil do ICB teve como alcance geral o número de 604. Isso quer dizer que 604 contas únicas viram os conteúdos postados. Também nesse período, o perfil possuiu 1.375 impressões, quantificando o total de vezes que todas as suas publicações foram vistas.

Esse número pode ser considerado relevante e adequado ao número de seguidores, que a depender do conteúdo visto, esse público pode ser mobilizado para o trabalho da instituição e ser retido a se tornar um seguidor do perfil, com base nas estratégias comunicacionais desenvolvidas pela instituição na plataforma.

É possível compreender o potencial e avanços do Instagram no contexto da cultura



digital, uma vez que apresenta-se como um veículo de comunicação de amplo alcance e que pode taticamente ser atrelado a um projeto de mobilização. A partir dessas reflexões foi possível analisar com base nas métricas observadas, que o Instituto de Cegos da Bahia vem desenvolvendo ações de comunicação para alcançar novos públicos a partir dessa plataforma.


A Assessora de Comunicação e Captação de Recursos da instituição, destacou no relatório organizacional que a campanha trouxe um reconhecimento de diversos públicos de interesse sobre a importância do trabalho que a instituição desenvolve, além disso, o índice de doação passou a aumentar gradualmente, acontecendo a formalização de parcerias entre a instituição e empresas privadas para o desenvolvimento de projetos importantes. Essa afirmação positiva da Assessora, mostra que um dos principais objetivos da instituição com a realização da campanha foi concretizado, pois, se através da campanha houve avanços em mobilização dos públicos de interesse, esses por sua vez estão propícios para disponibilização de recursos pra manutenção e ampliação dos serviços prestados.

Ela destaca também que todas as estratégias da campanha buscaram ser associadas com ações de comunicação digital, e que para ações de visibilidade, propagação de informações, participação popular, contato com públicos de interesse e mobilização a comunicação digital assumiu extrema importância. Essa afirmação, autenticam e legitimam o pensamento de diversos pensadores expostos ao longo dessa pesquisa. A Campanha, trouxe para o ICB resultados expressivos em sua imagem e alcance de importantes objetivos e recursos financeiros, demonstrando um importante preparo na gestão da instituição para com o cenário atual - de inúmeras transformações culturais. O instituto conseguiu estreitar um relacionamento com públicos de interesse e conquistou ainda uma respeitável aceitação da opinião pública com o auxílio de um líder de opinião, sendo o músico Carlinhos Brown um interlocutor deste processo.

CONCLUSÃO

O presente estudo relatou o processo histórico do terceiro setor no Brasil, com base na ascensão deste segmento organizacional, buscando compreender acima de tudo, o papel social dessas organizações. Apresentou também o pensamento de diversos autores sobre a cultura digital, fazendo uma articulação teórico-empírica dos conteúdos apresentados, correlacionando a relevância das ferramentas de comunicação digital para o avanço do terceiro setor.

Uma vez que, “as organizações do terceiro setor historicamente reivindicam espaços



de participação e promoção de oportunidades para a esfera civil, passaram a identificar na internet uma janela para expressão de identidades e valores” (BORGES et. LESSA et. OLIVEIRA, 2014 p.185) foi possível, graças à análise desse objeto de estudo, identificar nas estratégias comunicacionais de uma organização do terceiro setor, o uso de ferramentas de comunicação digital na busca de avanços para mobilização de públicos de interesse.

Diante dos dados analisados, nota-se que a comunicação digital, além de estar inserida em todos os contextos sociais e organizacionais da atualidade, oportunizam valiosas contribuições para a mobilização social das organizações da sociedade civil contribuindo para visibilidade, propagação de informação e rápido alcance aos públicos. No entanto, através desse estudo pode-se observar também que a utilização dessas mídias pelo terceiro setor ainda é algo recente e carece de estudos e implementação estratégica.

Mesmo com todos os desafios relacionados a sustentabilidade da sociedade civil, antes de ingressarem para a atuação no ambiente digital, os gestores do terceiro setor precisam compreender a necessidade latente de uma gestão estratégica da comunicação. Ainda, os profissionais atuantes, principalmente os Relações Públicas – devido a associação direta a esse segmento de mercado, devem buscar maiores especializações que contribuam assim para os avanços necessários neste contexto.

De acordo com os diversos pensamentos apresentados, avigora-se também sobre o determinismo tecnológico, percebendo que “as tecnologias online são consideradas forças independentes, autocontroláveis, autodetermináveis e autoexpandíveis, pensadas para transformações operacionais de acordo com seu próprio momento e moldando inconscientemente a sociedade” (LIMA, 2011 p.6). Por isso, entendeu-se também que o fato do instituto estar tentando reter o seu público para mídias digitais, afim de maior visibilidade, captação de recursos e propagação de informações acerca do trabalho que realiza, os resultados a partir disso, ainda que satisfatórios, não se configuraram como mobilização social. No entanto, pode-se destacar o nexos desse estudo na contribuição lógica sobre a importância de apropriação da cultura digital para o avanço do terceiro setor.

REFERÊNCIAS

BITTENCOURT, Maíra. O poder de mobilização social das ferramentas de Comunicação Online: uma análise do processo de convocação para as manifestações. Revistas Eletronicas FIAM – FAMM. São Paulo. V3, n.2, dezembro 2015.

BORGES, Jussara; LESSA, Bruna, OLIVEIRA, Lídia. O papel dos sites de redes sociais nas estratégias comunicativas da sociedade civil de Salvador – Bahia – Brasil. Obercom

Observatório Investigação e Saber em Comunicação. Vol 8, n. 3, março 2014.

CASTELLS, Manuel. A Sociedade em Rede. 6. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2010.

CASTELLS, Manuel. Redes de Indignação e Esperança: Movimentos Sociais na Era da Internet. São Paulo: Zahar, 2012.

CARRION, Rosinha Mahcado. Organizações Privadas sem fins lucrativos – a participação do mercado no terceiro setor. Tempo Social; Revista Sociol. São Paulo, v.12, n.1, p. 237-255, novembro 2000.

DEMEZIO, Carla; et all. O Instagram como ferramenta de aproximação entre Marca e Consumidor. Intercom- Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação: XVIII Congresso de Ciências da Comunicação Região Nordeste. Caruaru, julho2016.

FRANCO, Augusto. Terceiro setor: a nova sociedade civil e seu papel estratégico para o desenvolvimento. Brasília: AED, 2003.

JENKINS, Henry. Cultura da Convergência. São Paulo: Aleph, 2008.

LUCIAN, Rafael; PINTO, Eric; FRANÇA, Aline. Non-governmental organizations's marketing strategies for digital enviroments. Universitas Gestão e TI, v.3, n. 2, p. 9-19 jul/dez 2013

LIMA, Karina Medeiros. Determinismo Tecnológico. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação: XXIV Congresso de Ciências da Comunicação – Campo Grande –MG , maio 2001.

LIMA, Manuela Dantas Corrêa; ABBUD, Maria Emília de Oliveira Pereira. A Utilização das Mídias Sociais em Organizações Não Governamentais na Região NorteBrasileira. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação: XII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Norte . Manaus, maio2013.


MARTINS, Andreia. Ciberativismo: ativismo nasce nas redes e mobiliza as ruas do mundo. Disponível em: <https://vestibular.uol.com.br/resumo-das-disciplinas/atualidades/ciberativismo-o-ativismo-da-rede-para-as-ruas-o-ativismo-da-rede-para-as-ruas.htm?cmpid=copiaecola> Acessado em 14 de setembro de2017.

MARTINO, Luís Mauro Sá. Teoria das mídias digitais: Linguagens, ambientes e redes. São Paulo: Vozes, 2014.

NOGUEIRA, Fernando. Terceiro Setor: Desafios E Oportunidades. São Paulo: Cra- SP Comitê de Jovens Administradores, 2011. Color.

NEPOMUCENO, Luciana. Cartilha de Liderança e Mobilização Social. PET - Gestão Social Administração UFERSA. Rio Grande do Norte, setembro 2012

PAIVA, Leticia Carpanez. Os desafios da Comunicação no Terceiro Setor: um estudo de caso da Fundação Ricardo Moysés Júnior. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação: XIV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste. Rio de Janeiro, maio 2009.



PERIOTTO, Álvaro José; THEODORO, José Marcos Paulo. Uso Estratégico da Internet e as Mudanças em Organizações do Terceiro Setor. Revista Científica da Universidade do Oeste Paulista. São Paulo, V.1 n.1, p. 31-38, julho 2003.

RIBEIRO, Vera Masagão. A luta por um marco regulatório para as Organizações da Sociedade Civil. ALOP, Mesa de Articulação, Unitas e Coordenadora Civil, São Paulo Julho de 2010.

SANTAELLA, Lucia. Os espaços líquidos da cibermídia. Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação. São Paulo, p.01-13, abril 2005.

SANTAELLA, Lucia. Culturas e Artes do Pós-humano - Da Cultura das Mídias À Cibercultura - Col. Comunicação. São Paulo: Paulus, 2003.

KANTER, Beth; FINE, Allison H. Mídias Sociais Transformadoras: ação e mudança no terceiro setor. São Paulo: Évora, 2011.

CAPÍTULO 4

CONTRIBUIÇÕES DO WEBINAR “EDUCAÇÃO AMBIENTAL PARA TODOS” NA FORMAÇÃO CONTINUADA DE EDUCADORES AMBIENTAIS EM TEMPOS DE DISTANCIAMENTO SOCIAL

Aline Braga Moreno, Bióloga, SMARHS/Prefeitura de Niterói

Helensandra Louredo da Costa, Bióloga, Projeto UÇÁ/ONG Guardiões do Mar

Iraci da Silva Caputo, Pedagoga, FME/Prefeitura de Niterói

Márcia Ely Bazhuni Pombo Lemos, Psicóloga, Docente da Rede Municipal de Ensino de Niterói, NAI/FME, Prefeitura de Niterói

João Ricardo Assis da Silva, Biólogo, Docente da Rede Municipal de Ensino de Niterói, NAI/Prefeitura de Niterói

RESUMO

A Organização Mundial de Saúde recomenda o distanciamento social como uma das principais medidas de prevenção à disseminação do Vírus SARS-CoV-2 causador da COVID-19. Esta medida, embora fundamental do ponto de vista epidemiológico, modifica diretamente relações humanas e sociais, em especial a comunicação, uma vez que encontros presenciais necessitaram ser temporariamente suspensos para se evitar aglomerações onde o vírus poderia facilmente ser transmitido. Considerando o ambiente virtual uma alternativa para a realização de formações e capacitações durante a pandemia, a Câmara Técnica de Educação Ambiental do Conselho Municipal de Meio Ambiente de Niterói (COMAN) realizou no mês de julho o evento “Webinar Educação Ambiental para todos”. O objetivo deste trabalho foi avaliar a contribuição deste webinar na formação continuada de educadores ambientais. O evento ocorreu de 27 a 31 de julho de 2020, através de videoconferências transmitidas ao vivo pelo YouTube, por meio do estúdio virtual de streaming StreamYard. A divulgação prévia do evento foi feita utilizando-se as redes sociais e website da Secretaria de Meio Ambiente, Recursos Hídricos e Sustentabilidade de Niterói (SMARHS). Durante a semana de ocorrência do evento foram realizadas cinco videoconferências, uma por dia, como os seguintes temas: “Educação Ambiental na Educação básica”, “Educação Ambiental em Unidade de Conservação: Adaptação à Nova Realidade”, “Educação Ambiental Inclusiva”, “Palhaçaria e educação: o brincar como ferramenta pedagógica” e “A saúde mental do educador em tempos de pandemia”. A inscrição e a confirmação da presença dos participantes foram feitas por meio de formulários do Google. O evento contou com 852 inscritos, sendo destes 785 com presença confirmada, originários de 209 diferentes instituições brasileiras e de outros países, tais como universidades, escolas de educação básica, órgãos públicos e organizações não governamentais, localizadas no Brasil e em outros países. A maioria dos participantes foi representada por alunos de graduação (56,45%) e professores da Educação Básica (22,53%) e residentes nas Regiões Sudeste (54,35%) e Nordeste (17,95%). As visualizações no YouTube até o dia 29 de setembro de 2020 totalizaram 2.947. A videoconferência de tema “Educação Ambiental em Unidade de Conservação: Adaptação à Nova Realidade” foi a que apresentou maior número de visualizações (665), seguida do tema “Palhaçaria e educação: o brincar como ferramenta pedagógica” (616). O meio de divulgação mais efetivo do evento foram as redes sociais Facebook, Instagram e WhatsApp (65,96%). O evento foi considerado excelente

pela maioria dos participantes (70,44%). O Webinar Educação Ambiental para Todos transpôs as fronteiras da Cidade de Niterói, contribuindo na formação continuada de profissionais e estudantes de todas as Regiões do Brasil e também de outros países, possibilitando ampla discussão e troca de experiências em ações de educação ambiental, sendo importante principalmente por atingir locais onde não há oferta de eventos com esta temática. Devido à avaliação positiva do evento pela maioria dos participantes, assim como sua importante contribuição na formação inicial e continuada de profissionais que atuam na área da educação ambiental, a realização de eventos *online* será mantida pela Câmara Técnica de Educação Ambiental, ao fim do período de distanciamento social, como uma forma de possibilitar a participação dos todos, independente da distância geográfica a que se encontram.

PALAVRAS-CHAVE: Distanciamento Social, Educação Ambiental, Formação Continuada, Niterói, Webinar.


INTRODUÇÃO

De acordo com a Organização Mundial de Saúde (OMS) o distanciamento social, assim como outras ações como o uso de máscaras de proteção e higienização constante das mãos, representa uma das principais medidas de prevenção à disseminação do novo Coronavírus SARS-CoV-2, causador da COVID-19 (WORLD HEALTH ORGANIZATION, 2020). Esta medida, embora fundamental do ponto de vista epidemiológico, afeta diretamente relações humanas em especial a comunicação e interação social, uma vez que encontros, reuniões, eventos, confraternizações, dentre outros, necessitaram ser temporariamente suspensos a fim de se evitar aglomerações onde os vírus poderia facilmente ser transmitido.

Diante deste quadro, as atividades de ensino, como aulas e outras formações presenciais também necessitaram se adequar a essa nova realidade, recorrendo-se para isso aos ambientes virtuais, que possibilitam a realização das formações à distância, a exemplo das aulas remotas. Uma rápida adaptação para a utilização de diferentes programas e aplicativos que passaram a ser utilizadas no processo educativo se fez necessária (PASINI et al, 2020).

Neste contexto, acompanhamos então o aumento do uso das plataformas digitais, tanto aquelas consideradas como fontes de entretenimento, quanto às utilizadas em processos educacionais, permitindo novas relações sociais, além de possibilitar a realização de pesquisas e compras virtuais, dando novo significado ao nosso cotidiano e reorganizando a sociedade (ALMEIDA & ALVES, 2020).

Dentre os diferentes recursos virtuais utilizados, o webinar tem sido amplamente empregado na realização de eventos e formações à distância. Este recurso, já empregado há



algum tempo no ambiente empresarial, trata-se da realização de seminários na web, transmitidos **ao vivo ou gravados, com a possível interação dos participantes via chat**. Este **tipo de recurso possui a vantagem** de permitir a comunicação em tempo real e enriquecer a interatividade nos ambiente de aprendizagem *online* (WANG& HSU, 2008).

Desde a implantação do distanciamento social, a ocorrência de eventos por meio de webinários tem sido frequente, especialmente os de formação de educadores ambientais, que são divulgados amplamente em redes sociais. Para Zaniniet al (2010) a formação de educadores ambientais aliada à educação à distância, permite que sejam construídas novas redes culturais e visões de mundo, contribuindo-se para práticas horizontais na construção de novos saberes.


A Câmara Técnica de Educação Ambiental do Conselho Municipal de Meio Ambiente de Niterói (COMAN) é composta por profissionais de diferentes instituições do Município de Niterói, que se reúnem para discutir propostas de projetos de educação ambiental a serem aplicados no município, dentre outras ações. Diante da nova realidade vivenciada, além da utilização de encontros remotos em suas reuniões, a Câmara Técnica optou pela utilização de um webinar, a fim de cumprir sua agenda de compromissos com a capacitação e formação de educadores ambientais já programadas para o ano de 2020, conforme as orientações dos órgãos de saúde, para este período de pandemia.

Desta maneira, foi organizado o evento denominado “Webinar Educação Ambiental Para Todos”, ocorrido no período de 27 a 31 de julho de 2020, por meio de cinco diferentes videoconferências transmitidas ao vivo através do canal da Câmara Técnica no YouTube.

METODOLOGIA

Para a transmissão das videoconferências do webinar foi utilizada a versão gratuita do estúdio virtual de streaming StreamYard, escolhido por ser de fácil utilização e conter recursos que tornam a transmissão adequada, permitindo que as videoconferências pudessem ser transmitidas ao vivos pelo canal do YouTube.

A divulgação prévia do evento foi feita através de redes sociais (Facebook, Instagram e WhatsApp) e Website da Secretaria de Meio Ambiente, Recursos Hídricos e Sustentabilidade de Niterói. O evento contou com cinco diferentes videoconferências, transmitidas uma a cada dia, sempre no horário das 15h. Para a apresentação das videoconferências foram convidados profissionais pertencentes a diferentes instituições, como a Universidade Federal do Rio de Janeiro, o Projeto UÇÁ/ONG Guardiões do Mare Parque



Estadual da Serra da Tiririca, que possuíam experiência ampla na área em projetos de Educação Ambiental.

Foram transmitidas as seguintes videoconferências: Educação Ambiental na Educação básica (dia 27 de julho), Educação Ambiental em Unidade de Conservação: Adaptação à Nova Realidade (dia 28 de julho), Educação Ambiental Inclusiva (dia 29 de julho), Palhaçaria e educação: o brincar como ferramenta pedagógica (dia 30 de julho) e A saúde mental do educador em tempos de pandemia (dia 31 de julho). As videoconferências tiveram duração variando entre 1h e 11 minutos à 1h e 28 minutos e se encontram disponíveis no canal da Câmara Técnica de Educação Ambiental do COMAN no YouTube, no endereço: https://www.youtube.com/channel/UCIWYFur8xgFRY_T_G0z-8yQ.

Durante as transmissões, o *chat* foi utilizado como um espaço interativo para perguntas e debates, permitindo a participação em tempo real dos participantes, permanecendo este disponível para visualização junto às videoconferências salvas no canal do YouTube.

A inscrição prévia dos participantes, assim como a confirmação de sua presença durante a transmissão ao vivo da videoconferência foi feita utilizando-se de formulários do Google e foi solicitado que estes fizessem uma avaliação do evento, assinalando uma das alternativas nas categorias ruim, bom, muito bom e excelente, ao fim de cada transmissão.

O objetivo deste trabalho foi avaliar a contribuição deste webinar no processo de formação continuada de educadores ambientais durante este período de distanciamento social.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

O evento contou com 852 inscritos, confirmando-se a presença de 785 por meio dos formulários disponibilizados ao fim de cada transmissão ao vivo das videoconferências. Os participantes foram oriundos de 209 diferentes instituições públicas e privadas, tais como universidades, escolas de educação básica, órgãos públicos e organizações não governamentais (ONG), localizadas no Brasil e em outros países. A maioria dos participantes foi representada por alunos de graduação (56,45%) e professores da educação básica (22,53%) (Figura 1).

Atividade profissional desempenhada pelos participantes do Webinar Educação Ambiental para todos

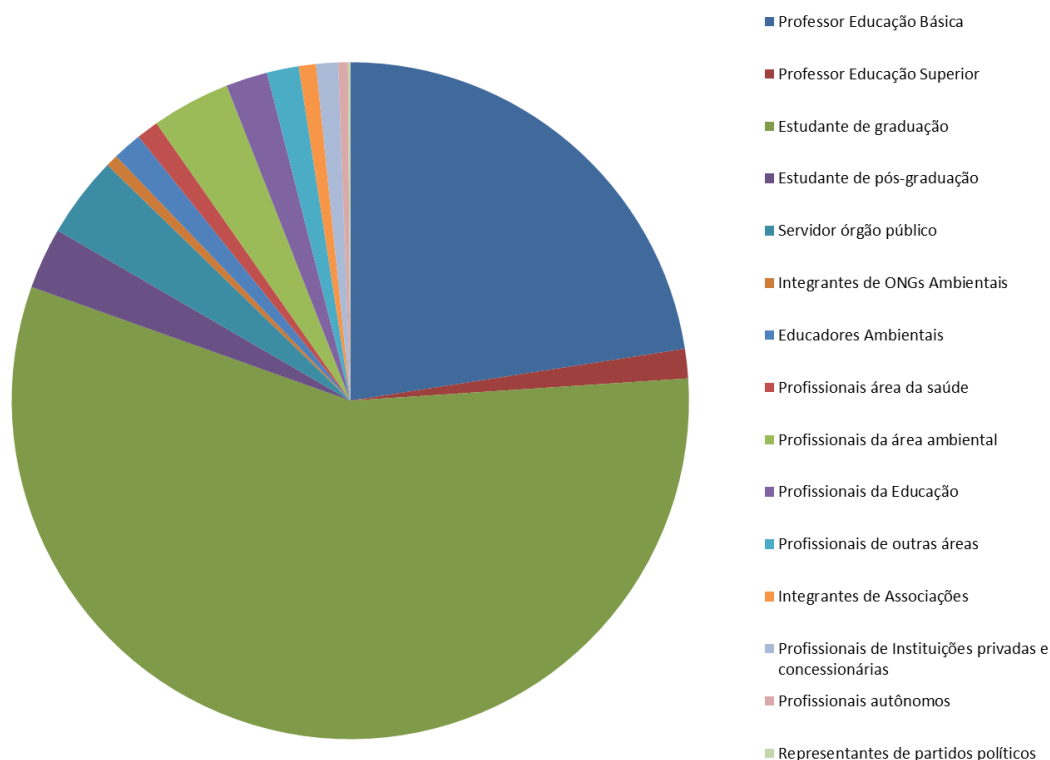


Figura 1: Atividade profissional desempenhada pelos participantes do Webinar Educação Ambiental para todos, realizado pela Câmara Técnica de Educação Ambiental do Conselho Municipal de Meio Ambiente de Niterói, RJ, no período de 27 a 31 de julho de 2020.

Houve a participação de profissionais de todas as regiões do Brasil, sendo em sua maioria, habitantes das Regiões Sudeste (54,35%) e Nordeste (17,95%) (Figura 2), além de participantes de outros países como México, Portugal, Moçambique, Argentina e Guatemala.

Região de origem dos participantes do Webinar Educação Ambiental para todos

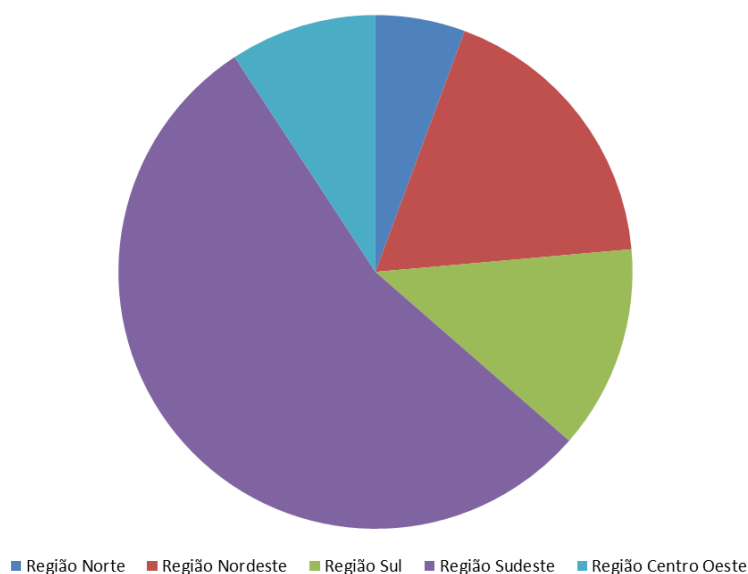


Figura 2: Região geográfica de origem dos participantes do Webinar Educação Ambiental para todos, realizado pela Câmara Técnica de Educação Ambiental do Conselho Municipal de Meio Ambiente de Niterói, RJ, no período de 27 a 31 de julho de 2020.

A participação de elevado número de pessoas é uma das vantagens possibilitadas por um evento *online*, pois não há limites de espaço como em um local físico, onde o número de participantes necessitaria de limite máximo. Além disso, por reduzir as distâncias e os gastos provenientes de deslocamentos, colabora para a participação de pessoas que se encontram geograficamente distantes.

A maior procura deste tipo de evento por alunos de graduação e professores da educação básica revela a contribuição que este traz na formação inicial destes profissionais e nos processos de formação continuada de docentes da educação básica.

As visualizações das videoconferências disponíveis no canal da Câmara Técnica no YouTube já somam um total de 2.947 até a data de 29 de setembro de 2020, notando-se um incremento de visualizações novas a cada dia. Esta representa mais uma das vantagens de um evento desta natureza, já que é possível que as videoconferências possam ser disponibilizadas no canal YouTube por tempo indeterminado após sua realização, fornecendo uma fonte de formação contínua.

Dentre os temas apresentados, a videoconferência intitulada “Educação Ambiental em Unidade de Conservação: Adaptação à Nova Realidade” foi a que apresentou maior número de visualizações (665), seguida do tema “Palhaçaria e educação: o brincar como ferramenta

pedagógica” (616). Este dado demonstra que há crescente interesse por parte dos participantes nas discussões sobre os projetos de educação ambiental realizados em unidades de conservação, assim como na utilização da arte da palhaçaria como prática educativa, suscitando importantes debates no *chat* das vídeo conferências (Tabela 1).

Tabela 1 - Número de visualizações por videoconferência apresentada no evento “Webinar Educação Ambiental para todos” e disponibilizadas no canal YouTube da Câmara Técnica de Educação Ambiental do COMAN, em 29 de setembro de 2020.

Tema da Videoconferência	Visualizações (YouTube)
Educação Ambiental na Educação Básica	619
Educação Ambiental em Unidade de Conservação: adaptação à nova realidade	665
Educação Ambiental Inclusiva	566
Palhaçaria e educação: o brincar como ferramenta pedagógica	616
A saúde mental do educador em tempos de pandemia	486

Quando perguntados sobre como tiveram conhecimento do evento, 65,96% dos participantes responderam que foi por meio de redes sociais (Facebook, Instagram e WhatsApp). Desta forma, podemos perceber que para este webinar, estas redes sociais foram o meio mais efetivo de divulgação, possibilitando que participantes das mais inúmeras instituições brasileiras e estrangeiras pudessem ter conhecimento do evento e de sua programação (Figura 3).

Meios de divulgação do Webinar Educação Ambiental para todos

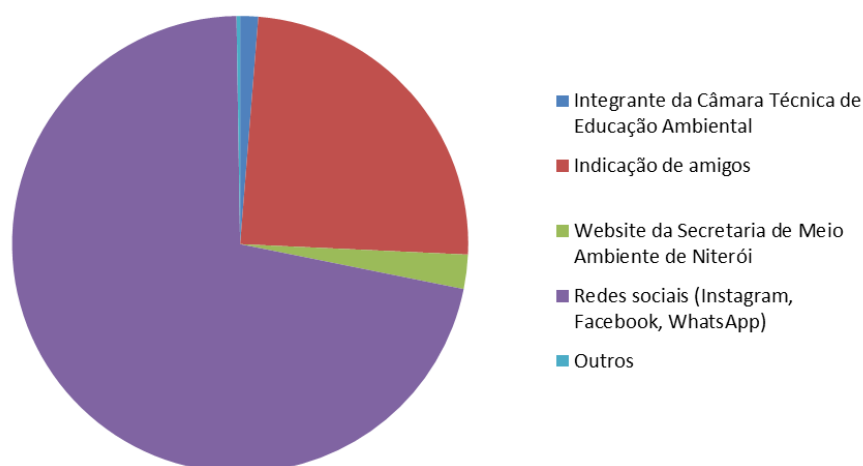


Figura 3: Meios de divulgação através dos quais os participantes tiveram conhecimento de informações sobre evento Webinar Educação Ambiental para todos, realizado pela Câmara Técnica de Educação Ambiental do Conselho Municipal de Meio Ambiente de Niterói, RJ, no período de 27 a 31 de julho de 2020.

Por fim, no formulário de confirmação de presença, foi solicitado aos participantes que fizessem uma avaliação do evento, e a maioria dos participantes o considerou como sendo excelente (70,44%) (Figura 4).

Avaliação do Webinar Educação Ambiental para todos pelos participantes

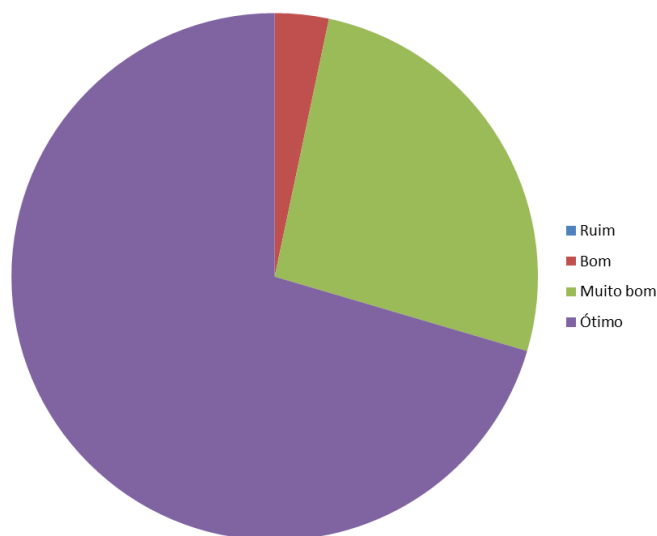


Figura 4: Avaliação do Webinar Educação Ambiental para todos pelos participantes, através do uso de formulário do Google, disponibilizado ao fim da transmissão ao vivo das videoconferências.

Disponibilizou-se um campo de preenchimento não obrigatório nos formulários de confirmação de presença, para que os participantes pudessem deixar comentários e sugestões. Como a sugestão mais frequente foi a realização de novos eventos com a mesma temática, a Câmara Técnica optou pela manutenção do seu canal no YouTube, que a princípio havia sido criado com o intuito de transmitir as videoconferências do webinar, mas hoje conta com 287 inscritos, e pretende-se que este seja utilizado para formações futuras.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir dos resultados obtidos pode-se perceber que evento “Webinar Educação Ambiental para todos” transpôs as fronteiras do município de Niterói, contribuindo no processo de formação continuada de profissionais e estudantes de todas as regiões do Brasil e ainda outros países, possibilitando ampla discussão e troca de experiências, com interface também na saúde mental.

Portanto, considerando-se a ampla participação e público atingido pelo evento, assim como a avaliação positiva pela maior parte dos participantes, pretende-se ao fim do distanciamento social, dar continuidade a realização dos eventos *online*, oferecendo uma oportunidade de formação continuada, que alcance a todos, independentemente da distância geográfica em que se os interessados se encontrem.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS


ALMEIDA, B. O; ALVES, L. R. G. *Lives*, Educação e COVID-19: Estratégias e Interação na Pandemia. Cenários escolares em tempo de COVID-19 na pós quarentena. **Interfaces Científicas**. V.10,N.1, p. 149 - 163, Número Temático 2020.

PASINI, C. G.D.; DE CARVALHO, E.; ALMEIDA, L. Y H. C. **A Educação híbrida em tempos de Pandemia: Algumas Considerações**. 2020. **Texto para Discussão, Observatório Socioeconômico**. Disponível em: <<https://www.ufsm.br/app/uploads/sites/820/2020/06/Textos-para-Discussao-09-Educacao-Hibrida-em-Tempos-de-Pandemia.pdf>>. Acesso em 25 de setembro de 2020.

STREAMYARD STREAMING STUDIO. Disponível em: <<https://streamyard.com>>. Acesso em 29 de setembro de 2020.

WANG, SHIANG-KWEI; HSU, HUI-YIN. Use of the Webinar Tool (Elluminate) to Support Training: The Effects of Webinar-Learning Implementation from Student-Trainers' Perspective. **Journal of Interactive Online Learning**, Volume 7, Number 3, Winter. New York Institute of Technology, New York. 2008.

WORLD HEALTH ORGANIZATION - **Coronavirus disease 2019 (COVID-19) Situation Report – 66**. Disponível em <<https://www.who.int/docs/default->



<source/coronaviruse/situation-reports/20200326-sitrep-66-covid-19.pdf>. Acesso em 29 de setembro de 2020.

ZANINI, K. J.; STUMPF, B. O.; ANTUNES, J. R.; SILVA, C. L.; ARAÚJO, D. Educação Ambiental e Educação a Distância: Um Diálogo Relacionado à Elaboração de Projetos. **Revista Eletrônica do Mestrado em Educação Ambiental**, v. 24, janeiro a julho. 2010.

CAPÍTULO 5

REGIONALIZAÇÃO E REDAÇÕES CONVERGENTES: ESTRATÉGIAS MERCADOLÓGICAS NA PRODUÇÃO DE CONTEÚDO

Amanda Noletto, Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Piauí (UFPI)

Samantha Carvalho, Orientadora do trabalho. Professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Piauí (UFPI)

RESUMO


O presente trabalho propõe pensar como a regionalização é adotada pelas empresas de comunicação, enquanto estratégia mercadológica na produção de conteúdo, e como esta ocorre concomitante a proposta de convergência das redações. O artigo pretende promover uma reflexão teórica acerca da produção noticiosa regional/local, levando em conta conceitos-chaves como regionalização, convergência e redações convergentes. Para tal, utilizando-se de Pesquisa Bibliográfica, foi elaborado com base, principalmente, nas ideias de Moraes (2017), Giddens (1991), Salaverría e Negredo (2008) e Barbosa (2013). Ao final, o que se percebe é a produção de conteúdos, pautada na regionalização, a partir de uma tendência mercadológica das empresas de comunicação, atrelada a redações unificadas e com profissionais polivalentes.

PALAVRAS-CHAVE: Regionalização; Conteúdo local; Convergência; Convergência Profissional.

INTRODUÇÃO

Para compreender a Regionalização, atrelada a Globalização, enquanto estratégia mercadológica e conectá-la à produção de conteúdo e a forma como se encontram organizadas as redações (redações convergentes), objeto de reflexão proposto neste artigo, é preciso entender, inicialmente, como todos estes fenômenos encontram-se interligados dentro de um contexto comunicacional e como afetam uns aos outros, ora diretamente, ora indiretamente.

A Globalização foi avançando pelo mundo e trazendo consigo várias formas de conceber e refletir a realidade social, suscitando tendências, até então inexistentes ou despercebidas, marcadas por ações com propósitos globais, propondo pensar-se em um “modelo social único” (MORAES, 2017, p. 27) e que muitas vezes ocasionou verdadeiras rupturas nas estruturas sociais/econômicas/políticas existentes na sociedade. Dentro desta perspectiva, “fundada” na modernidade, outro caminho começou a surgir: a Regionalização, movimento que trouxe/traz ainda muitas outras questões como a territorialidade, a identidade cultural, os conceitos de global/local, etc., além de muitas outras mudanças políticas, sociais e



econômicas. A soma destes fatores, completamente relacionáveis, desemborça na forma atual de perceber a realidade dentro de diferentes ambientes e principalmente, perceber a comunicação, enquanto, processo de alcance mundial.

De acordo com Moraes (2017) muitos termos são formulados para determinar as características encontradas na sociedade atual, marcada por remodelações – decorrentes de fatores como a revolução científica, e onde, inevitavelmente, encontram-se informação e conhecimento em expansão, numa escala globalizada, somada à comunicação midiática:

Expressões como sociedade da informação x sociedade do conhecimento x sociedade da aprendizagem x sociedade da educação x “sociedade da recomendação” (ANDERSON, 2006) x modernidade líquida, etc., circulam no meio social e referem-se às mudanças econômicas, políticas e socioculturais advindas da revolução científica registradas desde o século XIX, explosão documental e desenvolvimento tecnológico contemporâneo. E nesta sociedade, onde informação e conhecimento se expandem e se globalizam, a mídia torna-se responsável direta por uma demanda desenfreada de informações, demanda esta que ganha força por todo o planeta (MORAES, 2017, p. 20).

Partindo deste panorama, o presente trabalho pretende levantar uma reflexão teórica, a partir de pesquisas bibliográficas, sobre a relação existente entre a regionalização e a produção de conteúdo regional/local, enquanto estratégias mercadológicas, e a cooperação dentro das redações através de um ambiente profissional unificado. A contextualização acima, a partir da Globalização, citando as transformações ocorridas, o aparecimento da Regionalização, bem como algumas características desta sociedade, é primordial porque oferece subsídios para entender como todo este processo comunicacional está concatenado e como cada elemento deste universo, invariavelmente, será afetado sempre que qualquer elemento sofra modificações.

A escolha desta temática justifica-se pelo fomento de pesquisas e aprofundamento de discussões que envolvam a regionalização, enquanto fenômeno contemporâneo presente nas pesquisas comunicacionais. Há um crescimento da produção de conteúdos regionais, sobretudo devido às estratégias mercadológicas das empresas de comunicação, que buscam identificar e conquistar novos mercados, ampliar os índices de audiência e gerar mais renda, apostando nisto como saída dentro do atual espaço comunicacional. Motivo pelo qual é oportuno e pertinente investigar e refletir, a partir de uma compreensão crítica, sobre a produção regional/local, uma vez que a postura adotada pelas empresas bem como suas práticas de produção noticiosa, interferem diretamente no cotidiano social. Segundo Oliveira (2006, p. 15), conforme citado por Moraes (2017, p. 21) “é inegável a urgência de pesquisas científicas e sistemáticas alusivas às [...] configurações e à atuação [dos veículos], bem como

as estratégias utilizadas junto aos públicos e anunciantes para afirmação de seus lugares como veículos regionais”.

O objetivo geral deste artigo é proporcionar discussões teóricas acerca da regionalização, enquanto estratégia mercadológica das empresas de comunicação, dentro da produção de notícias regionais/locais, para, a partir disto, correlacionar com a convergência profissional, uma das dimensões apresentadas por Salaverría e Negrodo (2008) e a convergência das redações, discutida pela autora Suzana Barbosa, através de pesquisa bibliográfica. Inicialmente trará uma discussão quanto aos conceitos que atravessam o fenômeno da Regionalização, tais como modernidade, globalização, internet, o conceito de global/local e as estratégias mercadológicas dos conglomerados de comunicação e em seguida, fará um levantamento teórico sobre o conceito de convergência, citando as dimensões propostas por Salaverría e Negrodo (2008), com foco *a priori* na convergência profissional e então na convergência jornalística a partir de Barbosa (2013). Por fim apontará, nas considerações finais, as principais interseções entre os conceitos expostos, bem como as principais observações e perspectivas quanto às respectivas temáticas dentro do decurso comunicacional presente na sociedade atual.

Globalização, Regionalização e as Consequências da Modernidade

É sabido que a Regionalização está intimamente ligada à Globalização e que estas surgiram e se intensificaram desde as últimas décadas. Este fortalecimento se deu, em parte, com o avanço mundial da Internet e das inovações tecnológicas, que conseqüentemente, ampliou e interligou todos os campos sociais, desde a economia, passando pelas relações sociais, a comunicação, a política, as relações simbólicas, de poder e todas as demais esferas da sociedade.


Sobre isso Moraes (2017) afirma que a “regionalização aproxima a globalização (não de forma excludente, mas recriadora de espaços, qual seja, na visão de tendência transformador) à percepção de mundo igual e presente na contemporaneidade”. Com isso a Globalização, em algum momento durante sua expansão, propiciou um resgate do regional/local, dando novo grau de importância ao próximo e familiar.

Tal cenário faz parte de um contexto histórico situado na modernidade, período de grandes inovações no ambiente sociocultural e econômico, e que necessita de certo aprofundamento teórico, neste trabalho, para uma compressão do nexos entre os supracitados fenômenos.

Para Giddens (1991) a “modernidade é inerentemente globalizante”, ou seja, está evidente em algumas das características mais básicas presentes nas instituições modernas. Para o autor, o ponto de partida é concentrar-se na sociedade e analisar suas características a partir da concepção de tempo e espaço. “A estrutura conceitual do distanciamento tempo-espaço dirige nossa atenção às complexas relações entre *envolvimentos locais* (circunstâncias de co-presença) e *interações através da distância* (as conexões de presença e ausência)” (GIDDENS, 1991, p. 69, grifo do autor), isto é, o conceito-chave para o espaçamento entre tempo-espaço nos leva a refletir a respeito da complexidade das relações que envolvem o local e as interações/conexões através da distância, fundamentado no dualismo presença x ausência. Dentro da era moderna, o afastamento entre tempo e espaço é muito maior do que em qualquer período histórico prévio e por consequência, todas as relações, sejam elas de cunho social, econômico ou cultural, tornam-se mais alongadas. O autor vai sustentar então que a globalização se refere, no seu âmago, a este processo de alongamento das relações na medida em que a união entre diferentes regiões ou âmbitos sociais se interliga, sob a superfície da Terra, como um todo.

A globalização pode assim ser definida como a intensificação das relações sociais em escala mundial, que ligam localidades distantes de tal maneira que acontecimentos locais são modelados por eventos ocorrendo a muitas milhas de distância e vice-versa. Este é um processo dialético porque tais acontecimentos locais podem se deslocar numa direção anversa às relações muito distanciadas que os modelam. A *transformação local* é tanto uma parte da globalização quanto a extensão lateral das conexões sociais através do tempo e espaço. Assim, quem quer que estude as cidades hoje em dia, em qualquer parte do mundo, está ciente de que o que ocorre numa vizinhança local tende a ser influenciado por fatores – tais como dinheiro mundial e mercado de bens – operando a uma distância indefinida da vizinhança em questão (GIDDENS, 1991, p. 69 – 70, grifo do autor).

Dentro desta discussão, é importante pontuar que, apesar da globalização possibilitar uma série de ações objetivando uma integração cultural, econômica e social, cada vez mais pertinente em todo o planeta, sob o desmando de determinadas potências econômicas, esta unificação não ocorre igualmente em todos os lugares e se apresenta de diferentes maneiras. “A unificação do globo é simples utopia, uma vez que inexiste a probabilidade de acontecer de maneira equânime e igualitária em todas as partes do planeta e em todos os segmentos das coletividades mundo afora” (MORAES, 2017, p. 28). Portanto, ainda que o primeiro passo seja o desejo de integração dos agentes sociais, na era moderna, em um ambiente interconectado possibilitando uma sociedade unificada, isto não deslegitima as características de cada comunidade sendo necessário, então, levarem em consideração suas particularidades, principalmente se considerarmos os estudos baseados na regionalização e suas nuances.



Sobre as consequências desta modernidade, quanto ao desequilíbrio entre os muitos ambientes do mundo moderno, Giddens (1991) afirma que o capitalismo foi uma influência globalizante fundamental – mais de ordem econômica do que política – capaz de penetrar em áreas distantes de todo o mundo, contribuindo com a expansão econômica. Esta economia capitalista mundial, porém, resulta em grandes desequilíbrios entre o centro e a periferia, corroborando com a discrepância existente entre as regiões, ainda que coexistam dentro da ideia de um mundo global. Alguns autores, inclusive, atestam que atualmente se vive não em um “espaço global”, mas em espaços de globalização ligados por redes, sendo crucial entender os muitos sub-fenômenos e conceitos que permeiam esta nova realidade, tais como o conceito de lugar, como se percebe esta “nova” globalização, quais são suas consequências para a sociedade ante as mudanças que acontecem e como há a reconfiguração de todos os agentes sociais e lugares do globo. Assim Moraes (2017, p. 29) conclui: “há globalizações diferentes em cada lugar onde ocorrem, pois nesses espaços existem ou sobrevivem culturas, tradições, identidades e sociabilidades que recriam a globalização, gerando sua própria razão”.

Esta reflexão levanta outro aspecto relevante que está por detrás de todas as dimensões institucionais da modernidade, que são: a concepção de estado-nação (vigilância), o controle dos meios de violência (poder militar), o industrialismo e o capitalismo. Sendo que este último, segundo Giddens (1991), influenciou diretamente todo o processo comunicacional, reestruturado a partir daí, e atuou drasticamente em todos os aspectos desde as primeiras tecnologias mecanizadas de comunicação.

O impacto globalizante da mídia foi notado por numerosos autores durante o período de início do crescimento dos jornais de circulação de massa. Assim, um comentarista em 1982 escreveu que, como resultado dos jornais modernos, o habitante de uma pequena aldeia tinha uma compreensão mais ampla dos eventos contemporâneos do que o primeiro-ministro de cem anos antes. O aldeão que lê um jornal “se interessa simultaneamente pela questão de uma revolução no Chile, uma guerrilha na África Ocidental, um massacre no norte da China, e a fome na Rússia” (GIDDENS, 1991, p. 81).

Percebe-se, então, que o desenvolvimento das instituições modernas possibilitou a expansão global em toda a sua complexidade, pontuando aqui especialmente, o impacto sobre a mídia e isto não seria possível não fosse o crescimento e a circulação dos jornais de massa com a divulgação de notícias, fato que permitiu, portanto, que se tomasse conhecimento de eventos até aqui ignorados dentro de sua realidade. O autor citado acima exemplifica que “os mercados monetários globais de hoje envolvem direta e simultaneamente acesso à informação

concentrada da parte de indivíduos bastante separados espacialmente uns dos outros” (GIDDENS, 1991, p. 82).


Sociedade Global, Regionalização e a Produção de Conteúdo Regional

Com base neste panorama é possível adentrar nas discussões quanto à proposta de uma sociedade global, no atual contexto social, que busca também a valorização do local e a retomada de sua identidade. Para Moares (2017) os indivíduos retornam às raízes e assumem suas diferenças, como forma de reivindicação à opção de globalização, visando à valorização de seus costumes, seus valores culturais e sua identidade, ou seja, é preciso contemplar o regional/local – as regiões – que traz consigo um emaranhado de outras questões determinantes para o entendimento do contexto como um todo, através de processos históricos, identitários, comunicacionais, costumes, diferenças e particularidades. No que compete especialmente à comunicação, a autora assegura que:

A regionalização está na esfera do sistema mundial – tecnologia, fluxo acelerado de informações, políticas mundiais, economias transnacionais – mas é no lugar (bairro, cidade, Estado, país)/nesses espaços, onde a regionalização se dá. Trata-se de uma ordem diferente da globalização, com vistas à valorização do que é contíguo/familiar/singular (MORAES, 2017, p. 32).

Portanto, cada lugar/local – bairro, cidade, Estado, país – é o ponto de partida para uma lógica global e ambos convivem e se (re) configuram, através da sociedade, das empresas, instituições, dinâmicas de aspectos sociais e geográficos, tecnologia, fluxos informativos e etc., na construção da relação local/global e que altera a Comunicação enquanto realidade mundial constituída através da integração de vários “modos de comunicação” em uma rede interativa.

Segundo Castells (1999, p. 414), “nossos sistemas de crenças e códigos historicamente produzidos são transformados de maneira fundamental pelo novo sistema tecnológico e o serão ainda mais com o passar do tempo”, a partir disto o autor conclui que “o surgimento de um novo sistema eletrônico de comunicação caracterizado pelo seu alcance global, integração de todos os meios de comunicação e interatividade potencial, está mudando e mudará para sempre nossa cultura”, ou seja, todos os fenômenos que alteram o fluxo comunicativo – neste caso a globalização e a regionalização – potencializados pela Internet, resultando em constantes mudanças nos sistemas de mídias, nas redes de interação, na relação entre os agentes sociais, nas políticas dos governos e etc., alterarão a nossa cultura – crenças e códigos – tornando-se, portanto, justificativa plausível para o aprofundamento cada vez maior dos estudos e reflexões/discussões dentro da comunicação, levando em conta seus efeitos dentro



de uma rede que ora é global e ora é local na mesma medida, necessitando sempre de equilíbrio na forma de conceber estes espaços.

Tal realidade está intimamente ligada à noção de “glocalidade” que relaciona os fluxos culturais (materiais ou simbólicos) oriundos do local e os fluxos provenientes de registros globalizados, ou seja, refere-se à noção de local e global.

A palavra nova, fruto de recíprocas contaminações entre o global e o local, foi forjada justamente na tentativa de captar a complexidade dos processos atuais [...] Assumimos a hipótese de que, antes de incolor homologação, a fase atual desenvolve uma forte tensão, descentrada e conflitual entre globalização e localização: ou seja, entre processos de unificação cultural – um conjunto serial de fluxos universalizantes – e pressões antropofágicas ‘periféricas’ que descontextualizam, remastigam, regeneram. (CANEVACCI, 1996, p.23).

À vista disso, trabalhar a proximidade, ideal buscado pelos meios de comunicação que escolhem produzir conteúdo regional, uma “reivindicação à opção de globalização”, torna-se uma estratégia midiática mercadológica que atende a uma lógica capitalista de mercado. As empresas não costumam trilhar este caminho a fim de valorizar a cultura local, as tradições, atender a necessidade de aproximação do público com o noticiário, em meio à conjuntura da globalização e outros aspectos, mas especialmente o fazem porque é uma forma de garantir entre muitas vantagens, maiores índices de audiência, novas oportunidades de mercado e uma alternativa para geração de renda, sendo por isso mesmo importante considerar este viés como objeto de estudo/análise com o propósito de contribuir com o interesse social e público na sociedade. Sobre isso Moares atesta:

A compreensão da regionalização da mídia exige, primeiramente, a compreensão da globalização, tendo em vista que os dois processos hoje coexistem e que, em tempos globais, organizações midiáticas buscam a regionalização como estratégia de aproximação do público e conquista de novos mercados. Ademais, a regionalização das empresas do setor de comunicação e de seus conteúdos configura-se como oportunidade de valorizar traços de identidade cultural de Estado e regiões, contrapondo-se à ideia de massificação e homogeneização em geral, presente nas ações essencialmente globais (MORAES, 2017, p. 33).

Corroborando com tal tendência, Marques (2016) reitera que há um investimento cada vez maior na produção de conteúdo regional (produções locais), à medida que as empresas de comunicação passam por desafios, como por exemplo, a concorrência, e necessitam obter novos espaços. Segundo ele, percebe-se um maior investimento no número e na qualidade das produções locais, alterações nos padrões tecnoestéticos, convergência de plataformas, o investimento em produções locais e regionais e a autoreferenciação como redes regionais. Por isso é legítimo constatar que a relação entre globalização, mídia (produção de conteúdos), novos mercados e a regionalização – enquanto estratégia mercadológica – tem correspondência direta com a reconfiguração da ambiência comunicacional.


Cultura da convergência e jornalistas polivalentes

Desde meados dos anos 70, a convergência vem sendo debatida sobre diferentes panoramas: tecnológica, cultural, empresarial, jornalística, de conteúdo, entre outros. É fato que a evolução tecnológica, propiciou muitas novidades em todos os campos e na comunicação não poderia ser diferente, sendo algo tão inerente às necessidades e à evolução humana. Assim, com os avanços, a era digital passou a ser parte fundamental do cotidiano social e a convergência instigou novos modos de comunicação, caracterizados pelas redes, a web e as conexões em rede.

Para Salaverría e Negrodo (2008) a convergência é "poliédrica, multifacética, ambígua", sendo verdadeiramente difícil conceituar de forma simples e direta, considerando que não é algo fechado, de fácil acesso ou palpável, mas uma rede complexa de interações e reestruturações que vão desde a organização (integração) das redações – física ou simbolicamente falando, passando pelos profissionais que a compõem e alterando, entre muitas coisas, as próprias práticas comunicacionais. Inclusive o autor é categórico ao afirmar que "é um enigma jornalístico" (p. 16).

Y lo más preocupante es que medios de comunicación de todo el mundo acometen hoy día a gran velocidad profundos procesos de reestructuración mientras invocan el mantra de La convergencia, um concepto que, a la vista está, lês cuesta definir. Porque La convergencia - y conesto apuntamos ya el primer y más importante equívoco actual -, no es solamente integración de redacciones. Esa es, quizá, su expresión más tangible em nuestros días. Sim embargo, los procesos de reorganización que sacudem las salas de redacción de todo el mundo son apenas la espuma superficial de una corrientemucho más profunda, la de laconvergencia, que empuja a las empresas periodísticas hacia uma nueva configuración y funcionamiento que aún somos incapaces de vislumbrar (SALAVERRÍA e NEGREDO 2008, p. 16).

Deste modo é possível afirmar que a convergência está para além do horizonte tecnológico, ela modifica as conexões tecnológicas, mas também os mercados, os agentes sociais, as estruturas pessoais/profissionais, as audiências, o consumo, os meios, o comportamento das empresas e também as estratégias adotadas para seu desenvolvimento e crescimento no mercado. Para este artigo específico, onde o objetivo central é prover discussões acerca da regionalização, enquanto estratégia das empresas, dentro da produção de conteúdo regional e relacioná-la com a convergência profissional e a convergência das redações, parte-se inicialmente da convergência jornalística que, dentre tantas ações, promove o reajuste das empresas, dos profissionais, produtos e etc. De acordo com Barbosa (2013), a convergência jornalística pode ser reconhecida como um processo que versa sobre a integração de meios de comunicação tradicionalmente separados atingindo as empresas,



tecnologias, profissionais, produtos, conteúdos e aos usuários, no consumo, e interação com as informações, entre outras palavras, a junção das redações, dos novos fluxos de comunicação e de rotinas de trabalho convergentes.

Tal cenário, repleto de mudanças e reconfigurações, e denominado por Salaverría e Negrodo (2008) como "*tormenta perfecta*" (tempestade perfeita), caracteriza-se pelo aumento dos cortes de produção, uma recessão da economia, menor investimento em publicidade, o desaparecimento de pontos de vendas, novos contextos de mercado e o *boom* da internet, enquanto plataforma de comunicação capaz de oferecer, ao menos tempo, informações, entretenimento e imediatez, tornou inevitável o surgimento de uma nova era com uma sociedade pautada em novos processos de produção com modernas ferramentas e ordenações estruturais. E é no cerne desta nova sociedade, que floresce a convergência jornalística como uma manifestação particular de um complexo processo sociocultural, em escala global, que autores, como Henry Jenkins, conforme Salaverría e Negrodo (2008), vão denominar de Globalização.

La convergenciaperiodística es unproceso multidimensional que, facilitado por La implantación generalizada de lãs tecnologías digitales de telecomunicación, afecta al ámbito tecnológico, empresarial, profesional y editorial de los medios de comunicación, propiciando una integración de herramientas, espacios, métodos de trabajo y lenguajes anteriormente disgregados, de forma que los periodistas elaboran contenidos que se distribuyen a través de múltiples plataformas, mediante los lenguajes propios de cada una (SALAVERRÍA E NEGREDO, 2008, p. 45).

Com tal entendimento, os aludidos autores vão assegurar que a convergência é um processo e como tal tem caráter gradual, por isso não vai acontecer de uma hora para outra, sem prévio planejamento, e concluem ainda que é um processo multidimensional, na medida em que necessita que sejam adotadas providências em diversas esferas, sendo quatro principais: tecnológica, empresarial, profissional e editorial. Para atender ao propósito teórico deste artigo, em específico, tomar-se-á para reflexão minuciosa a convergência profissional.

A terceira dimensão de convergência, dentro da tese proposta pelos autores, é a convergência profissional marcada pela polivalência dos jornalistas que passaram a acumular várias funções que antes eram executadas por distintos profissionais. Nas modernas redações existem, segundo eles, dois tipos de polivalência, a funcional e a mediática, sendo que a primeira refere-se ao acúmulo de funções – redatores que são também fotógrafos, produtores, repórteres e vice-versa – e a segunda diz respeito à produção de conteúdo para vários meios, quer dizer, o jornalista especializado em um tema ou deslocado para cobrir um acontecimento informa sobre o fato através não apenas de um meio, mas de vários meios, cobre a informação

sobre um determinado evento para distintos meios - impressos, radiofônicos, televisivos e de internet - de um mesmo grupo jornalístico.

Quanto à polivalência imposta aos jornalistas atuais, pesquisadores como Alexandre Lenzi (2014), citando Josep Micó e Barbosa (2009), elencam proveitos e desvantagens. Uns sustentam que o profissional polivalente terá mais controle sobre o trabalho final, haja vista que ele fará parte de todo o processo produtivo, proporcionando coerência entre todas as etapas, enquanto os críticos acreditam que a convergência leva à uniformidade do discurso e, portanto, a uma unidade do enunciado e conseqüentemente perda de pluralismo de vozes e opiniões, incluindo um enfraquecimento da qualidade do material produzido, tendo em conta que não há a preocupação com a linguagem específica para cada meio, além de suscitar a redução do número de funcionários na redação e ainda outros prejuízos:

Eles também argumentam que o repórter multimídia seria a justificativa perfeita para reduzir o número de funcionários. O aumento carga de trabalho dos profissionais força-os a gastar menos tempo em cada peça. Como resultado, as notícias são superficiais ou incompletas. Por último, os opositores da convergência criticam a falta de reconhecimento profissional e financeiro da carga extra de trabalho decorrente das novas atribuições e do aumento das horas de trabalho. (MICÓ, MASIP e BARBOSA, 2009, p. 135 - 136, tradução nossa).

Desta maneira, dentro de uma racionalidade coerente, com a atuação conjunta e integrada entre os profissionais da redação, amparados na polivalência funcional e/ou mediática, tem-se a horizontalidade atravessando todos os domínios do fluxo comunicacional, seja na produção, edição, distribuição, divulgação e/ou circulação de conteúdos. Logo as redações, com profissionais multifacetados e convergentes, serão adotadas pelas empresas como estratégia para a cooperação mútua na busca de conter gastos, produzindo mais conteúdo e contando com um número menor de jornalistas, o que favorecerá a produção de conteúdo nas redações locais em contrapartida a uma maior concentração de profissionais plurivalentes.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Na proporção em que é legitimada, a regionalização é percebida como uma tendência com fins mercadológicos, ao passo em que a aproximação com o público, através da produção e divulgação de conteúdos regionais/locais, serve como uma estratégia para os meios de comunicação – redações, organizações de comunicação, empresas jornalísticas – que a veem como uma oportunidade para alcançar novos mercados e então, aumentar seus lucros.

É através deste caminho, contando com o interesse do público em busca de representação nas mídias, que as empresas optam pela regionalização e fazem dela estratégia

de mídia. Em outras palavras, ela pode até ser tida como uma forma de representar os cidadãos com uma perspectiva de conteúdo familiar e representativo, mas o interesse mercadológico é o princípio fundamental que impulsiona seu destaque dentro de um mundo globalizado. É seguro acreditar, principalmente a partir do debate proposto neste artigo, que a persistência das empresas pelo local procede muito mais de uma essência de mercado do que piamente do interesse em produzir conteúdos regionais.

Ora, se o produto (notícia) é elaborado predisposto por uma inclinação mercadológica, via regionalização, também as práticas produtivas o serão, alicerçadas em um ambiente de produção (redação) bem ajustado e marcado pelas dinâmicas do local de trabalho, o que resulta em uma espécie de manutenção da atividade para garantir seu pleno funcionamento a partir do compartilhamento mútuo e da colaboração entre profissionais (jornalistas) cada vez mais preparados e versáteis, dispostos a atender a demanda de produção regional/local com mais precisão e cientes de que, acompanhando todo o processo produtivo, serão coerentes com todas as etapas de trabalho. Posto isto, disporemos de profissionais multifuncionais dentro de redações/empresas comunicacionais cada vez mais convergentes.

A principal finalidade deste trabalho era permitir discussões teóricas acerca da regionalização, como estratégia de mercado utilizada pelas empresas de comunicação, levando em consideração a produção de conteúdo regional/local, a convergência profissional e das redações. Tal proposta foi alcançada tendo em vista que o artigo expôs considerações pertinentes sobre o tema, fundamentado, sobretudo nos conceitos-chaves que perpassaram todo o artigo, a saber, globalização, regionalização, modernidade, relação entre global e local, estratégias de mercadológicas, a dimensão da convergência profissional, proposta por autores como Salaverría e Negrodo, e sua conexão com a convergência das redações e as práticas produtivas na produção de conteúdo regionais.

REFERÊNCIAS

BARBOSA, S. Jornalismo convergente e continuum multimídia na quinta geração do jornalismo nas redes digitais. Congresso Jornalismo e Dispositivos Móveis (JDM), 2012. In: UBI, CANAVILHAS, J (Org). **Notícias e Mobilidade: O jornalismo na era dos dispositivos móveis**. Covilhã, 2013, p. 33 – 54.

CANEVACCI, M. **Sincretismos: uma exploração das hibridações culturais**. São Paulo: Studio Nobel, 1996.

CASTELLS, M. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.



GIDDENS, A. **As consequências da modernidade**. São Paulo: Editora da Universidade Estadual, 1991.

LENZI, A. **Desafios no redesenho das redações convergentes**: produção multimídia e as relações de trabalho. Revista Vozes e Diálogo. V. 13, n. 02, jul./dez.2014.

MARQUES, R. **A regionalização no telejornalismo piauiense**: estratégias adotadas pela Rede Clube. XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2016. Anais.

MICÓ, J; MASIP, P; e BARBOSA, S. **Models of business convergence in the information industry**: a mapping of cases in Brazil and Spain. SBPJor, Brazilianjournalismresearch, volume 5, número 1, p. 123-140, 2009.

MORAES, G. **Televisão e Regionalização: Tendências e perspectivas**. Teresina: TV Cidade Verde/ Halley, 2017.

SALAVAVERRIA; R e NEGREDO; S. **Periodismo Integrado**: Convergencia de medios y reorganización de redacciones. Editorial Sol90: Barcelona, 2008.

CAPÍTULO 6

REVISITAÇÃO FOTOGRÁFICA EM GÓES ARTIGAS NO PARANÁ: A FOTOGRAFIA COMO LEMBRANÇA DE DUAS ÉPOCAS¹²

DOI: 10.47402/ed.ep.c20203566759

Paulo César Boni, Professor e pesquisador, UEL, Doutor e pós-doutor em Ciências da Comunicação, USP

André Luiz Justus Czovny, Mestre em Comunicação, UEL

RESUMO

O trabalho utiliza registros fotográficos para compreender a história de Góes Artigas, interior do Paraná. Utilizando do processo de revisitação histórico-iconográfica, a pesquisa utiliza fotografias tomadas como registro histórico, apresentando e comparando a comunidade em duas épocas, na década de 1960 e com outras, dos mesmos espaços, em 2019. Como resultado tem-se a importância das imagens fotográficas como ferramenta de pesquisa para a construção da história e a descoberta de dados que contribuem para a história local, sendo um alerta para que as lembranças da comunidade não caiam em esquecimento.

Palavras-chave: Fotografia; História de Góes Artigas (PR); Revisita histórico-iconográfica; Fotografia e Memória; Processos Sociais e Práticas Culturais.


INTRODUÇÃO

Há muito tempo que os historiadores utilizam as imagens como instrumentos de apoio em suas pesquisas. Pensando nisso, este trabalho ressalta o potencial da imagem fotográfica de uma comunidade rural, mostrando a importância dos registros iconográficos para a construção da sua história.

A comunidade de Góes Artigas, conhecida como distrito de Góes, teve considerável importância, entre as décadas de 1950 e 1980, no centro-sul do estado do Paraná. Sua região de vastas florestas foi um convite para grandes madeireiras se instalarem e começarem a construir uma comunidade ali. Com o seu crescimento, tornou-se necessário a instalação de uma estação ferroviária para auxiliar no escoamento do que era produzido, surgindo então a Estação de Góes Artigas, que também fez o transporte de passageiros até 1983.

São poucos os registros fotográficos e documentos oficiais encontrados da região. Contudo, trabalhos que estão em desenvolvimento no programa de Mestrado em

¹² Trabalho apresentado no XIX Encontro dos Grupos de Pesquisas do Intercom (Grupo de Pesquisa em Fotografia) durante a realização do 42º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, de 2 a 7 de setembro de 2019, na Universidade Federal do Pará, em Belém (PA).



Comunicação da Universidade Estadual de Londrina (UEL), com apoio de relatos orais dos moradores, promovem a construção e preservação histórica da comunidade.

A proposta deste trabalho é utilizar fotografias como registros iconográficos para recuperar dados e contar a história de Góes Artigas em duas épocas: a década de 1960 e o final de segunda década do Século XXI. O objetivo do trabalho é, além de obter elementos que contribuam para a construção histórica, mostrar as mudanças da comunidade nesses dois recortes temporais.

As imagens utilizadas foram produzidas de forma amadora, sem nenhuma pretensão profissional. Como referências bibliográficas foram utilizados Kossoy (2001, 2007 e 2016), Borges (2011) e Boni (2004 e 2014), que proporcionaram reflexões significativas para o desenvolvimento deste trabalho.

A CORRELAÇÃO ENTRE FOTOGRAFIA E REGISTRO HISTÓRICO

A fotografia foi um projeto inovador como forma de registro e tecnologia, mas nem sempre era possível imaginar a possibilidade de se tornar um instrumento de pesquisa. Sua utilização se deu como apoio iconográfico por apresentar segurança na informação transmitida nas fontes textuais, um complemento e nunca como fonte primária. Para Borges (2011, p. 23) as imagens visuais não passavam de documentos de segunda categoria, com um forte potencial que despertava a convicção de que eram uma reprodução fiel do real. Apenas, nos meados da década de 1970 e, definitivamente, nos anos 1980, pesquisas de cunho científico começaram a ser realizadas na América Latina (KOSSOY, 2001, p. 127).

Com o advento da fotografia, o contexto de mundo tornava-se cada vez mais trivial, de forma a se ter uma dimensão mais apurada e ampla de diferentes realidades que eram, até então, recebidas principalmente através da escrita e da oralidade. O mundo acompanhava, aos poucos, sua substituição pela imagem fotográfica (KOSSOY, 2001, p. 26), criando a liberdade de levá-lo no tempo desejado. Os microaspectos do mundo tornaram-se conhecidos e as imagens destaques como referências.

[...] as imagens que contenham um reconhecido valor documentário são importantes para os estudos específicos nas áreas de arquitetura, antropologia, etnologia, arqueologia, história social e demais ramos do saber, pois representam um meio de conhecimento da cena passada e, portanto, uma possibilidade de resgate da memória visual do homem e do seu entorno sociocultural. Trata-se da fotografia enquanto instrumento de pesquisa, prestando-se à descoberta, análise e interpretação da vida histórica. (KOSSOY, 2001, p. 55)

Nesse sentido, ela apresenta um fragmento do espaço e tempo retratado, contendo informações importantes para os pesquisadores. Seus relatos, através dos registros visuais

iconográficos, apresentam confiabilidade na informação transmitida, o que para Boni e Vitachi (2014, p. 135) é compreendida como uma leitura transparente e de fácil visualização.

A iconografia fotográfica diz respeito a partes ou ao conjunto da documentação pública ou privada que abrange um largo espectro temático, produzida em lugares e períodos determinados. As fontes que as compõem são os meios de conhecimento: registros visuais que gravam microaspectos dos cenários, personagens e fatos; daí sua força documental e expressiva, elementos de fixação da memória histórica individual e coletiva. Em função de tais características, constituem documentos decisivos para a reconstrução histórica. (KOSSOY, 2007, p.35)

Todavia, para Borges (2011, p. 80), a fotografia deixou de ser uma reprodução do real, como desejavam os historiadores da historiografia metódica, que estavam em busca de uma verdade única e absoluta. Diante disso, Kossoy (2001, p. 152) destaca que a fotografia não pode ser entendida como “espelho do real”, posto que pode apresentar algumas ambiguidades. O que faz, então, com que se crie uma realidade própria, que deve ser interpretada como uma segunda realidade, relacionada com as referências e lembranças pessoais de cada observador. São versões sobre um fato que representam um mundo, devendo variar de acordo com os códigos culturais de quem está produzindo aquele discurso (BORGES, 2011, p. 80), que assim tornam-se insubstituíveis meios de informação.

Em consequência, deve se considerar que o conhecimento do passado é um processo em progresso, constantemente sendo modificado e aperfeiçoado com o tempo e suas novas leituras. Cada registro visual apresenta elementos históricos que reúnem informações para a memória particular e coletiva dos indivíduos. Por isso a importância de um trabalho minucioso na imagem recebida, para que torne-se uma contribuição histórica para a sociedade (BONI; VITACHI, 2014, p. 136).

As imagens iconográficas do início da comunidade de Góes Artigas foram tomadas de forma espontânea, sem cunho histórico ou profissional que poderiam estar relacionados com alguma questão política da época, o que justifica o desconhecimento de suas autorias e o aspecto amador. Recentemente, esses registros eternizados no tempo foram compartilhados nas redes sociais dos moradores e outras pessoas que tiveram algum vínculo com a comunidade, que lembram com afeição dos anos de crescimento e expansão da região. Por razões como essa, Boni (2004, p. 247), em seus estudos sobre Londrina, repara que, mesmo sem pretensões documentais, se não fossem os fotógrafos amadores, parte da história de inúmeros lugares estaria perdida e, certamente, essas memórias não seriam possíveis de serem compartilhadas. E é a existência desses registros imagéticos que fazem delas documentos históricos.

INVESTIGAÇÕES SOBRE FOTOGRAFIA E CIDADE


A fotografia sendo uma aliada da história, torna-se também um instrumento de registro das mudanças geográficas das cidades. No fim do Século XIX e nas primeiras décadas do Século XX, muitos fotógrafos se prestaram à produção de álbuns de cidades.

Para além da estética de cada fotógrafo, que personaliza sua obra, a montagem desses álbuns revelava a força de um padrão fotográfico próprio do tempo em que eles foram produzidos. Interessado em obter lucro com a venda do álbum, o fotógrafo escolhia as imagens e costurava uma narrativa urbana capaz de tornar vendável o produto de sua criação. (BORGES, 2011, p. 84).

Em São Paulo, o fotógrafo Militão Augusto de Azedo foi pioneiro no uso dessa modalidade, sendo responsável por retratar as mudanças que chegavam com a urbanização, organizando um álbum comparativo com fotografias da cidade em dois momentos, em 1862 e 1887.

Essas imagens serviram de base para que os governos posteriores fizessem uma comparação do desenvolvimento em cada gestão, podendo assim dar publicidade ao progresso daquela administração. (BONI; SATO, 2009, p. 251), uma sequência de imagens que aparentava uma cidade moderna, evoluída e quase sempre higienizada (BORGES, 2011, p. 54). Tanto que, tornando-se referência para compreender os espaços da cidade, em 1914, na gestão de Washington Rodrigues, o fotógrafo italiano Aurélio Becherini assinou e produziu, pela terceira vez, as mesmas imagens dos espaços fotografados por Militão, montando o “Álbum comparativo da Cidade de São Paulo (1862-1887-1914)”, que pode ser acessado de modo online no portal “Tesouros de São Paulo”.

Outro trabalho que serve de referência para a produção dessa atividade é da cidade de Londrina/PR, organizado pelos pesquisadores Paulo César Boni e Jocélia Rosa da Silva Vitachi. Com imagens da década de 1940, a grande maioria do fotógrafo José Juliani, é possível entender que vários pontos eram registrados para mostrar o “desenvolvimento e encantos” da cidade, os quais foram comercializados posteriormente como “lembranças” (BONI; VITACHI, 2014, p. 139). Um interesse comercial comum na época, semelhante aos cartões-postais que Kossoy (2016, p. 62) se refere como forma de mundo portátil, tornando possível o conhecimento visual dos lugares, enriquecendo assim o imaginário popular através de paisagens de diferentes localidades, de suas cidades, praças, edifícios administrativos, ruas, estradas de ferro e monumentos históricos. Borges (2011, p. 60) destaca que neles continham signos já identificados com as “noções de belo, prazer e avanço tecnológico”.



Muitas pessoas as compravam para presentear os amigos e parentes distantes. Neste sentido, o de propagandear as belezas, potencialidades e oportunidades da região, a fotografia contribuiu muito para o desenvolvimento da cidade. (BONI; VITACHI, 2014, p. 139).

Portanto, com revisitações em 2008 e 2014, é possível evidenciar no trabalho o progresso ocorrido nesse interstício no norte do Paraná e as alterações em suas paisagens.


No caso de Góes Artigas, pouco se produziu de estudos acadêmicos sobre a comunidade e nada em termos de imagens comparativas de diferentes épocas envolvendo a região. Ao comparar fotografias tomadas na década de 1960 com outras tomadas recentemente se constata grandes mudanças, considerando que por causa da instalação da estação ferroviária de Góes Artigas, a comunidade tornou-se um ponto importante na região centro-sul.

REVISITA HISTÓRICO-ICONOGRÁFICA DE GÓES ARTIGAS-PR

Góes Artigas é uma comunidade rural localizada no município de Inácio Martins, no Paraná, às margens da PR 364, na região centro-sul do Paraná, que liga as cidades de Irati e Guarapuava. Ao seu redor se encontra outras comunidades rurais como Colônia Alemanha, Faxinal do Posto, Terra Cortada, Papagaios, dentro outras.

Uma comunidade jovem com formação entre 1940 e 1950, com a vinda de empresas madeireiras (como José João Zattar S/A e Irmão Betega) que encontraram uma vasta região de recursos florestais, como pinheiros do Paraná, árvores de imbuia e ervamate. Com a exportação dos materiais explorados, tornou-se necessário melhores condições de locomoção em substituição ao tropeirismo. De acordo com reportagem do jornal *Folha da manhã* (São Paulo), no ano de 1945, foi inaugurado as edificações da ferrovia e a estrada de ferro para escoamento da exploração de madeira para o Porto de Paranaguá. Posteriormente, em 1951, o serviço de transporte de passageiros tornou-se possível com um trajeto sentido Ponta Grossa x Guarapuava, aumentando ainda mais a perspectiva de que seria uma região de intenso crescimento.

Percebe-se que, apesar dos poucos registros, é possível encontrar fotografias da década de 1960, que demonstram os encantos de uma região que começava o seu caminho em direção ao desenvolvimento. Parte da documentação coletada é anônima, não possui o emissor do registro fotográfico, o que dificulta em alguns momentos o método de contextualização imagética. Por isso, desde o início das pesquisas, o pesquisador questionou antigos e atuais moradores da comunidade em busca de quem poderia ter produzido as imagens de Góes Artigas e, na maioria dos casos, ninguém soube responder.




Alguns entrevistados comentaram que era comum que os padres tivessem uma câmera para registrar os eventos (festas, comunhões e procissões), mas ninguém lembrou de um nome. Kossoy (2001) observa essa questão, compreendendo que apenas a fotografia permanece.

A vida, no entanto, continua e a fotografia segue preservando aquele fragmento congelado da realidade. Os personagens retratados envelhecem e morrem, os cenários se modificam, se transfiguram e também desaparecem. **O mesmo ocorre com os autores-fotógrafos e seus equipamentos.** De todo o processo, somente a fotografia sobrevive, algumas vezes em seu artefato original, outras vezes apenas o registro visual reproduzido. Os assuntos registrados nesta imagem atravessaram os tempos e são hoje vistos por olhos estranhos em lugares desconhecidos (KOSSOY, 2001, p. 156 – Negrito do autor).

Apesar disso, três antigos moradores (Antonio Acir Portela, Irene Druciaki e Amilton Matoso) citaram um senhor chamado “Ruxiere”, antigo morador do bairro Jordão de Guarapuava, que costumava tirar fotos dos casamentos e das famílias nas comunidades ruais. Eles relataram que esse fotógrafo costumava usar tecidos presos em paredes ou, até mesmo, em varais para criar um fundo fotográfico.

Com base nessa informação, iniciou-se uma busca pelo nome “Ruxiere” na internet, mas que não levou a nenhum resultado. Assim, o pesquisador decidiu entrar em contato com fotógrafos antigos de Guarapuava, com a intenção de que alguém conhecesse ou tivesse qualquer informação sobre esse profissional citado pelos três entrevistados. O autor conversou com Cipriano Dalzotto, dono do antigo Estúdio Cipriano, com Roberto Yanagawa, com o auxílio da filha Tieko Yanagawa, donos do antigo Estúdio Yanagawa, e com a família responsável pelo Foto Koris, ainda em funcionamento. Apesar dos mais de 50 anos de trabalho na região, ninguém lembrou de qualquer profissional com esse nome.

Após não conseguir nenhuma informação com os profissionais mais antigos da cidade, o pesquisador procurou um meio de divulgação que pudesse chamar atenção de moradores de Guarapuava, na expectativa que alguém tivesse alguma informação a respeito de “Ruxiere”. No dia 27 de novembro de 2019, foi optado pela criação de uma publicação em uma rede social, especificamente em um grupo de vendas popular da cidade de Guarapuava, que conta com mais de 250 mil membros. O texto era: “[MORA NO JORDÃO?] ‘Ruxiere’? Alguém conhece? Estou desenvolvendo uma pesquisa com fotografias antigas e alguns entrevistados me falaram que, antigamente (1960 e 1970), existia um morador do Jordão, conhecido como ‘Ruxiere’, que tirava e vendia fotos de famílias. Se alguém tiver alguma informação que possa me ajudar a localizá-lo ou alguém da família, me mande uma mensagem. Muito



obrigado!”. Após alguns comentários de usuários, a guarapuavana Kelli Cristiane Lima respondeu “Ele era me avô. O nome dele era Riciere Portolan”.

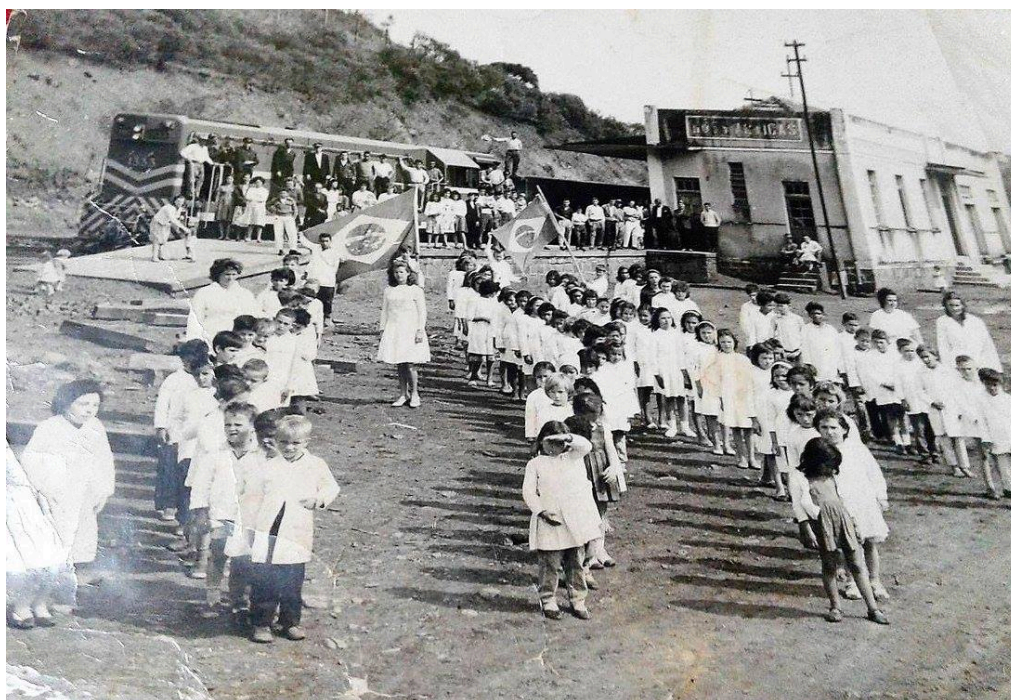
Com essa descoberta, percebeu-se a semelhança do nome Ruxiere com Riciere, salientando que os três entrevistados (Amilton, Irene e Antonio) estavam certos sobre a existência do fotógrafo. Tanto que, ao pesquisar o nome correto na internet, descobriu-se que há uma rua, no bairro Jordão, em Guarapuava, que leva o nome de Rua Riciere Lodovico Portolan.

Após algumas tentativas de contato com outros membros da família, a filha Marina Portolan Spengler respondeu e compartilhou um pouco sobre a vida do pai. Segundo ela, ele fez muitos registros fotográficos de suas viagens durante anos, passando por Mato Grosso (Corumbá e Cuiabá) e Paraguai, no período de 1958. Ela ainda confirma que, aproximadamente, entre 1964 e 1967, Riciere viajava pelos distritos próximos de Guarapuava, “em Góes, em São Domingos, em Inácio Martins, [...] em Zattar, no Pinhão”, registrando eventos familiares locais. Com isso, percebe-se que as redes sociais também podem ser uma ferramenta para auxiliar na recuperação e preservação da memória.

Assim, a proposta de revisitação da localidade do trabalho neste estudo é relevante pela análise que é feita do ontem e do agora, percebendo as mudanças iconográficas que surgiram com a passagem do tempo. Para Arantes (1984, p. 8), esse processo pode ser entendido como “laços de continuidade entre passado e presente”. Como ponto de partida, foram selecionadas quatro imagens da década de 1960: estação ferroviária, centro da comunidade, campo de futebol e capela. Estas imagens foram comparadas com tomadas recentes, nos mesmos locais, mais de 50 anos depois, em 2019.

Estação Ferroviária

Figura 1 – Edifício da Estação Ferroviária de Góes Artigas, em 1964



Fonte: Acervo Fotográfico da Casa da Cultura de Góes Artigas

Figura 2 – Imagem tomada em 2019: Estação Ferroviária abandonada



Fonte: Acervo pessoal de André LuizJustusCzovny

Figura 3 – Imagem tomada em 2019: outra perspectiva da Estação Ferroviária abandonada



Fonte: Acervo pessoal de André LuizJustusCzovny

Dezenove anos após a inauguração da Estação Ferroviária de Góes Artigas era registrado o evento que celebra a independência do Brasil (Figura 1). Percebe-se a importância dada ao local pela reunião de pessoas na ocasião, onde crianças foram enfileiradas em primeiro plano e observadores acompanhavam ao fundo na estação de trem. No canto do edifício, um letreiro com fontes em caixa alta identificava o local: Góes Artigas. Também era possível ver um dos vagões do trem parado na estação, certamente por causa da ocasião. O transporte ferroviário foi muito importante, tanto para a economia local quanto para o transporte de passageiros, que funcionou até o início de 1980. O local também atuava como ponto de manutenção dos trens, onde eles eram reabastecidos com água e lenha, funcionando até 1983.

Ao revisitar o local, em 2019, são perceptíveis as modificações iconográficas: a estrutura da estação permanece no mesmo local, mas completamente abandonada (Figura 2). É possível perceber, em meio aos arbustos que tomam conta do local, um letreiro escurecido, certamente resultado das ações do tempo. Ainda ao lado da estrutura, não se percebe mais o poste de energia. A Figura 3 é utilizada nesse caso como apoio para dar dimensão da situação do local que segue abandonado, onde se vê a plataforma que os passageiros desciam, a estrutura das salas e escritório e, também, os trilhos do trem.

Centro de Góes Artigas

Figura 4 – Vista parcial do centro de Góes Artigas, em 1961




Fonte: Acervo Fotográfico da Casa da Cultura de Góes Artigas

Figura 5 – Imagem tomada em 2019: novas moradias na localidade



Fonte: Acervo pessoal de André LuizJustusCzovny



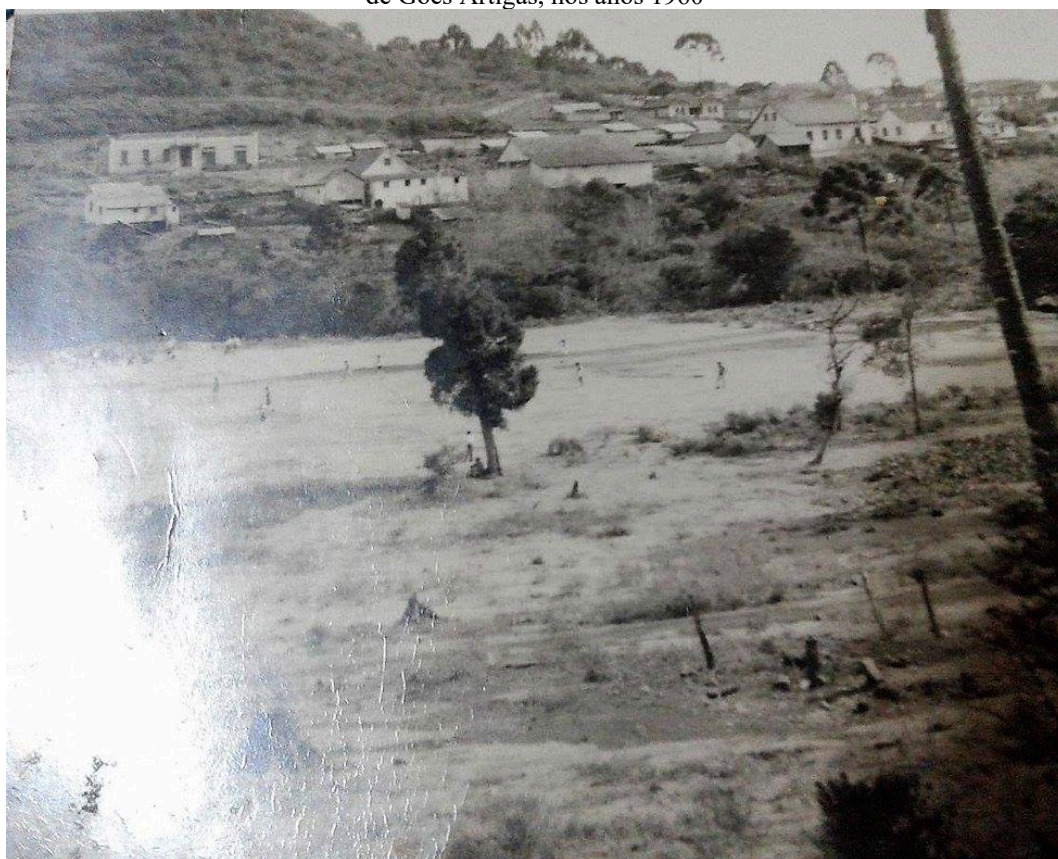
A fotografia registrada em 1961 (Figura 4), mostra uma vista parcial do que era considerado o centro de Góes Artigas, ao lado da estação ferroviária. As primeiras três estruturas, à esquerda de quem olha para a fotografia, eram moradias antigas. A estrutura maior central era uma casa de “secos e molhados”, um dos poucos comércios da região que vendia de grãos até querosene. Logo ao lado havia a residência da moradora “Dona Cibila” e, no canto esquerdo, cortado pelo registro fotográfico, uma parte da estrutura do que era conhecido pelos moradores como Clube de Góes Artigas, uma casa de festas onde aconteciam matinês. Além disso, percebe-se estradas de chão em situações miseráveis e uma vasta floresta ao fundo.

Na fotografia de 2019 (Figura 5), a região de árvores permanece ainda maior, entretanto, todas as residências ali são recentes, mostrando que nenhuma estrutura antiga (Figura 4) sobreviveu ao tempo. A justificativa para isso foi o complexo processo de exploração dos recursos naturais pelas empresas madeireiras, que fez com que o ciclo da madeira diminuísse na região, levando muitos moradores a migrarem para cidades vizinhas em busca de oportunidades de trabalho. Um período que provocou o esvaziamento na comunidade.

A estrada que conecta Guarapuava à Inácio Martins agora é asfaltada, sendo possível notar a presença de automóveis na região, como o simbólico ônibus escolar. Em frente as casas há fios de eletricidade, formando três riscos na imagem que quase passam despercebidos. No canto direito, onde era uma casa de festas, se percebe um terreno aberto com uma pequena estrutura de madeira azul, ponto onde os moradores realizam a feira de alimentos agroecológicos e produtos caseiros de Góes Artigas.

Campo de futebol

Figura 6 – Campo de futebol, ao fundo a estação ferroviária e comunidade de Góes Artigas, nos anos 1960



Fonte: Acervo Fotográfico da Casa da Cultura de Góes Artigas

Figura 7 – Imagem tomada em 2019: campo de futebol, ao fundo estação ferroviária abandonada



Fonte: Acervo pessoal de André LuizJustusCzovny

Pela imagem do campo de futebol (Figura 6), tomada em 1960, vê-se ao fundo a estação ferroviária de Góes Artigas e parte da comunidade formada pelas residências dos moradores, inclusive os fundos das estruturas apresentadas na Figura 4. Por ser uma imagem de angulação aberta, novamente percebe-se a grande área verde nos arredores das casas com destaque para uma árvore ao centro da imagem, que ficava ao lado do campo de futebol. Nele encontramos alguns jogadores, mostrando que o futebol sempre mobilizou a comunidade de Góes Artigas. No local, torneios de futebol eram organizado pelo “Senhor Júlio”, conhecido como “espiga”. Distritos e municípios da região se reuniam para torcer pelos seus times aos domingos.

Atualmente, a árvore que chamava atenção no centro permanece no mesmo local, mas cortada e com galhos secos. O campo existe e é utilizado pelos moradores (Figura 7), mas fica evidente como não é possível localizar nenhuma casa da comunidade além de uma pequena parte da abandonada estação ferroviária. O motivo disso, além de toda a arborização escondendo a região, são as mudanças sociais durante os anos que provocaram o seu esvaziamento. Tanto que Góes pertence a Inácio Martins, município que possui o 5º pior Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) do Paraná, contando com 131 famílias, com aproximadamente 388 moradores, que vivem no campo explorando a cultura de subsistência.

Capela

Figura 8 – Capela Menino Jesus de Góes Artigas, durante procissão nos anos 1960



Fonte: Acervo Fotográfico da Casa da Cultura de Góes Artigas

Figura 9 – Imagem tomada em 2019: Capela Menino Jesus



Fonte: Acervo pessoal de André LuizJustusCzovny

A figura 8 mostra a Capela Menino Jesus, construída antes da década de 1960. O cercado ao redor era de madeira e, entre a estrada de chão, percebe-se muitos arbustos e duas árvores do tipo araucária no terreno ao lado. Uma procissão de Nossa Senhora Aparecida acontecia durante o registro fotográfico, reunindo familiares, professoras e alunos. Em 2019, na revisita histórico-iconográfica ao local (Figura 9), observou-se a preservação da arquitetura original, com uma leve mudança no topo da estrutura da torre do sino, tornando-se menor por questões de segurança. Além disso, percebe-se a alteração da pintura externa, que antes era branca e agora é verde. Além disso, nota-se um poste de energia com um fio de eletricidade que segue em direção à comunidade e a cruz ao lado da estrutura foi trocada por uma menor, que fica um pouco acima do muro, que não é mais de madeira, e sim de alvenaria. Góes Artigas é uma comunidade com intensa religiosidade, entretanto, a Capela é usada apenas para missas especiais atualmente, tendo pelo menos uma celebração ao mês.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

As imagens fotográficas da década de 1960 mostram uma comunidade ativa, com perspectiva de crescimento e significativa importância para região centro-sul do Paraná. Apesar do desconhecimento das autorias dos registros imagéticos, a descoberta do fotógrafo Ricieri Lodovico Portolan pelas redes sociais mostra como essas plataformas digitais são importantes conexões culturais para a recuperação e preservação da memória.

Com a revisitação histórico-iconográfica, percebeu-se quão esquecida foi a comunidade de Góes Artigas, fruto de uma modalidade de migração caracterizada pelo deslocamento da população da zona rural em direção às cidades (Guarapuava, Inácio Martins, Irati), permanecendo apenas antigas famílias e seus descendentes que ali possuem terras e lembranças dos tempos em que a estação ferroviária estava ativa.

Comparando com as revisitações citadas de São Paulo e Londrina, a fotografia conversa com a ideia de instrumento para registrar o desenvolvimento de ambientes, onde o concreto toma conta dos cenários, com construções e edifícios que ganham lugares nos terrenos geográficos. Porém, em Góes Artigas o processo é inverso. Ao invés do concreto, se encontra o verde das matas tomando o espaço que antes era constituído por casas, comércios, bares e, até mesmo, um hotel.

Essas mudanças iconográficas só ficam perceptíveis durante a tomada de novas imagens dos mesmos locais, com os registros do passado e do presente. Kossoy (2001, p. 155) explica que os cenários “se modificam, se transfiguram e também desaparecem” e, nesse espaço de tempo de mais de 50 anos, comparando as imagens fotográficas, percebe-se que as estruturas que ainda sobrevivem na comunidade de Góes Artigas são dominadas pela vegetação e nada mais, como a estação ferroviária que tornou-se agora uma ruína, com escombros de uma bela história e suas reminiscências.

Revisitar a localidade de estudo, através da imagem fotográfica, foi perceber a importância de estudar a comunidade para recuperar e preservar as suas memórias.

REFERÊNCIAS

ARANTES, A. A. **Produzindo o passado**: estratégias de construção do patrimônio cultural. São Paulo: Brasiliense, 1984.

BONI, P. C. **Fincando estacas!** A história de Londrina (década de 30) em textos e imagens. Londrina: Edição do autor, 2004.

BONI, P. C. SATO, L. A. A mídia fotográfica como estratégia publicitária da Companhia de Terras Norte do Paraná. In: BONI, P. C (Org). **Certidões de Nascimento da História**: o surgimento de municípios no eixo Londrina-Maringá. Londrina: Planográfica, 2009.

BONI, P. C. VITACHI, J. R. S. Londrina revisitada: a fotografia como registro histórico de duas épocas. In: BONI, P. C (Org). **Retratos da Cidade**: o uso da fotografia para a recuperação de fragmentos históricos de Londrina. Londrina: Midiograf, 2014.

BORGES, M. E. L. **História e Fotografia**. 3. Ed. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2011.

KOSSOY, B. **Fotografia e História**. 2. Ed. São Paulo: Ateliê Editorial, 2001.



_____. **Os tempos da fotografia: o efêmero e o perpétuo.** Cotia: Ateliê Editorial, 2007.

_____. **Realidades e ficções na trama fotográfica.** 5. Ed. São Paulo: Ateliê Editorial, 2016.

CAPÍTULO 7

TECNOLOGIAS DIGITAIS NOS PROCESSOS DE ENSINO E APRENDIZAGEM: UMA AÇÃO COLABORATIVA E EM REDE

Débora Luana Kurz, Mestranda em Ensino de Ciências e Matemática, ULBRA
Everton Bedin, Doutor em Educação em Ciências, UFPR


RESUMO

Neste texto objetiva-se refletir sobre as concepções de um grupo de professores em relação à importância do uso das Tecnologias Digitais (TD) para o planejamento e o desenvolvimento dos processos de ensino e aprendizagem, bem como analisar alguns aspectos das colocações destes sujeitos sobre a importância das TD para os processos de ensino e aprendizagem ocorrerem de forma colaborativa e em rede. Para tanto, esta pesquisa adota uma abordagem qualitativa, e possui como instrumento de coleta de dados um questionário disponibilizado em formato digital à diferentes grupos sociais, permanecendo em circulação por aproximadamente 7 dias. Os dados oriundos deste foram analisados e interpretados à luz dos teóricos da área. No que tange os achados da pesquisa, salienta-se que, com base nos posicionamentos dos respondentes em relação às assertivas, o uso das TD é profícuo no sentido de contribuir para os processos de ensino e aprendizagem sob uma perspectiva colaborativa e em rede, sendo necessário destacar que há implicações que tendem a dificultar sua promoção no ambiente escolar.

PALAVRAS-CHAVE: Tecnologias digitais. Processos de ensino e aprendizagem. Aprendizagem colaborativa.

INTRODUÇÃO E APORTES TEÓRICOS

É perceptível que em plena era digital ainda há inúmeros docentes que não possuem (e não buscam possuir) um conhecimento básico sobre o uso das Tecnologias Digitais (TD), bem como não realizam conexões destas com os objetos de conhecimento do componente curricular que ministram, seja em ambientes formais ou não formais de ensino. Para Bedin e Del Pino (2015), a relação tecnologia-trabalho docente é crucial para maximizar a forma e a maneira de o aluno buscar informações, e o professor orientá-las ao mundo científico, bem como tornar os processos de ensinar e de aprender mais ágeis e autônomos à luz da qualificação da relação professor-aluno-conhecimento. Este desenho é importante, também, para fomentar “o envolvimento do sujeito na construção do conhecimento, em sua curiosidade, senso crítico e problematização, durante os processos de ensino e aprendizagem, transcendendo uma perspectiva de ensino pautada na exposição e memorização dos conteúdos” (KURZ; BEDIN, 2019, p. 200).




Nesta perspectiva, Bedin e Del Pino (2014) enfatizam que as TD, quando utilizadas como ferramentas pedagógicas para potencializar as relações entre o professor e os alunos, bem como entre estes e o conhecimento, contribuem para a aquisição de saberes e possibilitam a autoexpressão e a troca de informações, propiciando mudanças necessárias nos paradigmas atuais da educação, bem como nos processos de ensino e aprendizagem à luz de um caráter mais dinâmico, social e colaborativo. Nesta linha, Bedin e Del Pino (2016, p. 33) reforçam ser “sagaz pensar que as tecnologias provocam em sala de aula, e principalmente na metodologia docente, inúmeras mudanças, uma vez que são capazes de disponibilizar uma gama maior de informações, acarretando no estudante o gosto e o desejo pelo saber”.

Assim, torna-se necessário pensar e realizar “uma reflexão sobre a prática docente, favorecendo o uso de novas tecnologias no ensino, pois, muitas vezes, tem-se conhecimento de que, dependendo da forma com que as TD são usadas pelo professor, podem-se derivar em exacerbadas fragmentações entre a teoria e a prática” (BEDIN; DEL PINO, 2017, p. 797). Isto é, a inserção das TD em sala de aula deve ser acompanhada por uma teoria epistemológica centrada no objetivo pedagógico com vistas ao desenvolvimento dos objetos de conhecimento do componente curricular, a fim de que o uso destas ferramentas seja útil para solidificar os processos de ensinar e de aprender, possibilitando diferentes formas de os saberes científicos se encontrarem acoplados ao conhecimento sociocultural do aluno.

Em corroboração, Serra (2009, p. 123-124) expõe ser muito difícil que “os sistemas de ensino irão obrigar o professor a ter domínio dos novos artefatos tecnológicos, entretanto, profissionais que não se apropriarem desse conhecimento irão manter-se à com informações científicas e fontes cada vez mais pobres que irá influenciar na aprendizagem do aluno”. Neste aporte, Tavares, Souza e de Oliveira Correia (2013, p. 159) refletem que “o professor não precisa ser *expert* em informática, mas é necessário que ele tenha um conhecimento razoável na área, pois, deve saber utilizar *softwares* que facilitem a transmissão de conhecimento e o trabalho dos alunos”. Assim, Bedin (2017, p. 167) acastela “que a prática docente precisa estar aliada a uma teoria que sustenta, dentro das perspectivas de aprendizagem cooperativa e emancipatória, a utilização das tecnologias em sala de aula”, pois, “além de saber que a aprendizagem cooperativa melhora consistentemente a realização e a retenção, cria relações mais positivas entre os estudantes, promovendo saúde psicológica e autoestima dos sujeitos” (BEDIN, 2017, p. 167).


Corroborando, Kurz e Bedin (2019, p. 202) refletem que “o potencial pedagógico das TD, em decorrência do rompimento das fronteiras da sala de aula, transcendendo aspectos



atrelados ao currículo, fundamentados epistemologicamente e didaticamente, propicia a articulação entre vivências, contemplando os mais diversos espaços do saber”, findando-se em um viés de aprendizagem colaborativa e em rede. Todavia, os autores ressaltam que “para uma efetiva articulação entre as propostas pedagógicas e o uso das TD, é necessário refletir acerca da maneira como estas são utilizadas, visto que não consistem apenas em fonte de informação” (KURZ; BEDIN, 2019, p. 202). Afinal, a “colaboração designa atividades de grupo que pretendem um objetivo em comum, implicando a regularidade da troca, o trabalho em conjunto, a constância da coordenação” (TORRES, 2007, p. 340).

Deste modo, o emprego das TD como ferramentas pedagógicas que propiciam de forma significativa a imersão e a integração do aluno no mundo científico, possibilitando-lhe “uma multiplicidade de formas de acesso ao conhecimento, de forma dinâmica, autônoma e atual” (BEDIN, 2019, p. 103), é extremamente necessário para que a aprendizagem possa ocorrer de forma fiel aos seus pressupostos. Afinal, acredita-se ser extremamente importante que o processo de aprendizagem ocorra em meio a troca de experiências, conhecimentos e saberes que se relacionam a múltiplas dimensões, fortalecendo a relação colaborativa entre os sujeitos de forma a constituir um conhecimento em rede. Todavia, Bedin e Del Pino (2018, p. 68) ressaltam que é necessário que o docente “tenha como referência uma prática embasada em um paradigma emergente, ou seja, uma aliança entre os pressupostos da visão holística; da abordagem progressista e do ensino com pesquisa, acompadrando a isto, a tecnologia inovadora, como um recurso auxiliar para a aprendizagem”.

A consistência do uso das TD para desenvolver e qualificar os processos de ensino e aprendizagem de forma colaborativa e em rede, considerando o uso adequado, em meio a competências e a habilidades, dos diferentes meios de comunicação e interação à luz de uma didática objetiva, na visão de Bedin (2019, p. 103-104), “pode beneficiar, [...] a busca pelo conhecimento, a ressignificação do saber e o amadurecimento crítico e autônomo dos alunos via inserção digital”. Em colaboração, Trespach, Güntzel e Bedin (2016, p. 626) afirmam que tal ação é importante para auxiliar “o aluno a não levar em consideração somente as suas necessidades particulares, mas o contexto social no qual está inserido”. Isto é, torna-se pertinente discutir sobre a importância de mudar “atitudes e valores das pessoas para o uso mais adequado das tecnologias e para a preservação do ambiente, mostrando-lhes a dimensão dos aspectos sociais, econômicos, políticos e ambientais, que estão envolvidos nos problemas nas diferentes esferas” (TRESPACH, GÜNTZEL, BEDIN, 2016, p. 626).



Nesta síntese, Torres, Alcantara e Irala (2004, p. 2-3) afirmam que “a aprendizagem colaborativa [...] parte da idéia de que o conhecimento é resultante de um consenso entre membros de uma comunidade de conhecimento, algo que as pessoas constroem conversando, trabalhando juntas direta ou indiretamente”. De outra forma, para os autores, a aprendizagem colaborativa é uma “estratégia de ensino que encoraja a participação do estudante no processo de aprendizagem e que faz da aprendizagem um processo ativo e efetivo”. Segundo Bedin e Del Pino (2016, p. 4), na colaboração existe “a oportunidade de uma aprendizagem ativa, onde o indivíduo tem papel principal na construção de seu conhecimento, quando este cria significados por meio de vivências, exploração, manipulação e interação”; daí decorre a importância de a atividade à luz das TD ser desenvolvida em forma de rede, propiciando a todos os sujeitos, sem distinções hierárquicas e em um esforço coordenado, a ação de trabalharem de forma interativa para alcançarem o mesmo objetivo.

Diante do exposto, neste texto reflete-se sobre as concepções de um grupo de professores em relação a importância da utilização das TD para o planejamento e o desenvolvimento dos processos de ensino e aprendizagem, bem como analisa-se alguns excertos das colocações destes sujeitos sobre as potencialidades da integração das TD nos processos de ensinar e de aprender, visando que os mesmos ocorram de forma colaborativa e em rede, proporcionando uma relação que transpassa os muros da escola e solidifica a relação professor-aluno-conhecimento. Assim, este texto se justifica à medida que se compreende que o uso das TD, como complemento didático-pedagógico, exige do profissional da educação competências, habilidades e criatividade para buscar a organização do saber coletiva e colaborativamente, de forma a possibilitar ao educando aprender a aprender; ser coautor da própria aprendizagem, colaborador do desenvolvimento do processo educacional, e vínculo primordial da construção do conhecimento.

METODOLOGIA

Banalizada pelos objetivos traçados a esta pesquisa, com ênfase na reflexão frente às concepções de professores em relação à importância do uso das TD no planejamento pedagógico e no desenvolvimento dos processos de ensino e aprendizagem sob uma perspectiva colaborativa e em rede, esta investigação adota os pressupostos de uma abordagem qualitativa. Tal escolha se justifica em conformidade a Godoy (1995), pois para a autora toda a pesquisa que assume possuir um “caráter descritivo e o que se busca é o entendimento de fenômeno como um todo, na sua complexidade, é possível que uma análise

qualitativa seja a mais indicada”. Assim, observa-se um alinhamento entre os desdobramentos propostos nesta investigação e os pressupostos da pesquisa qualitativa.

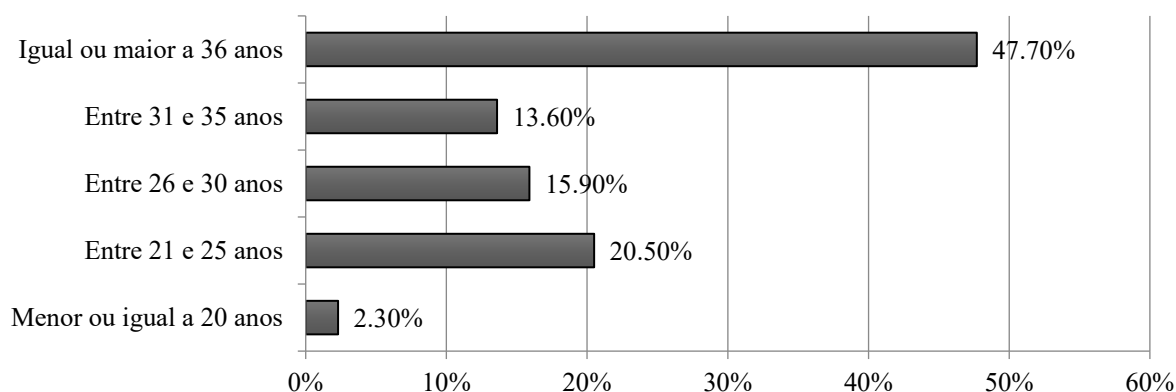
Em corroboração, Chizzotti (2006, p. 28) compreende que as pesquisas designadas como qualitativa tem como propósito interpretar os sentidos e os significados que emergem nas narrativas e nas ações dos sujeitos que compõem o cenário sob investigação, e para isso, “usando, ou não, quantificações, pretendem-se interpretar o sentido do evento a partir do significado que as pessoas atribuem ao que falam e fazem”. Desse modo, Bogdan e Biklen (1994) destacam que uma das características primordiais desta abordagem consiste na importância auferida aos significados construídos pelos envolvidos no objeto de investigação, no sentido de compreender as concepções e os sentidos que os sujeitos atribuem ao fenômeno.

Nessa perspectiva, foi elaborado na plataforma *Google Forms* um questionário composto por questões abertas e fechadas, as quais se fundamentaram no uso das TD como ferramentas potencializadoras para a constituição da aprendizagem colaborativa e em rede entre e por parte dos estudantes. Ademais, o instrumento de coleta de dados mencionado foi disponibilizado aos professores por meio de um *link* de acesso a diferentes grupos sociais, permanecendo em circulação na rede por aproximadamente sete dias. Os dados obtidos ao longo deste processo foram analisados e interpretados à luz dos teóricos da área.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Com vistas ao objetivo traçado, e com ênfase na concepção de professores frente ao uso das TD para o desenvolvimento dos processos de ensino e aprendizagem pautados na colaboração entre os sujeitos e em rede, esta pesquisa contou com a colaboração de 44 professores, os quais responderam o questionário em formato digital, sendo que destes 61,4% (n = 27) se identificaram sendo do gênero feminino e 38,6% (n = 17) se caracterizaram sendo do gênero masculino. Ainda, em relação a faixa etária, destaca-se o presente no Gráfico 1, onde se observa que a maioria dos respondentes assume estar na faixa correspondente “Igual ou maior que 35 anos”, somando um percentual equivalente a 47,7% (n = 21); na sequência, a segunda faixa com o maior percentual, com 20,5% (n = 9), refere-se a sujeitos entre “20 e 25 anos”; seguidos das faixas de “25 a 30 anos” e “30 a 35 anos”, com 15,9% (n = 7) e 13,6% (n = 6), respectivamente. Ademais, observa-se que apenas 2,3% (n = 1) dos participantes encontra-se na faixa etária “menor ou igual a 20 anos”.

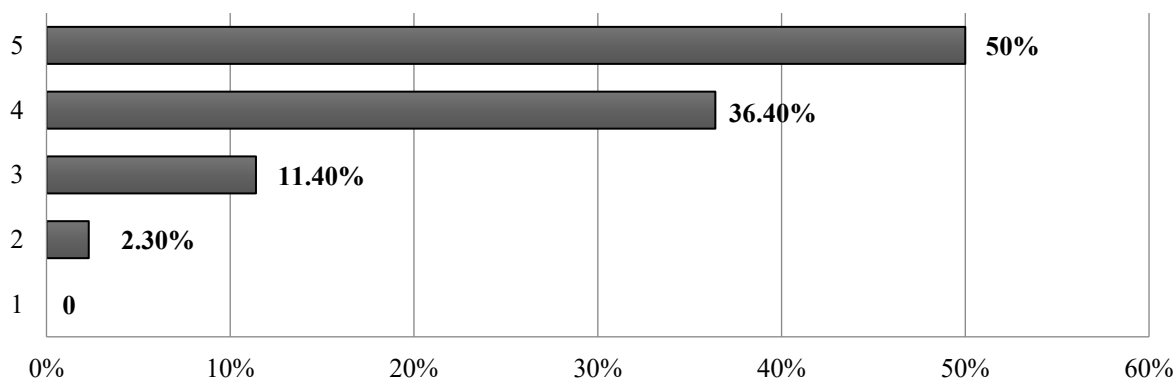
Gráfico 1 – Faixa etária dos respondentes da pesquisa



Fonte: A pesquisa, 2020.

No intuito de dar início as discussões sobre o uso das TD, ressalva-se que os Gráficos 2 e 3, apresentados na sequência, estão representados em conformidade a escala *Likert* de cinco pontos; logo, os posicionamentos dos sujeitos desta pesquisa variam de Discordo Totalmente à Concordo Totalmente. Assim, tem-se que a adesão aos escores 1 e 2 remete ao grau de discordância dos sujeitos em relação a assertiva, enquanto que o escore 3 exprime o grau da incerteza, e os escores 4 e 5 apontam o grau da concordância em relação a afirmação.

Gráfico 2 – O uso das TD no processo de aprendizagem possibilita a troca de informação e a construção do conhecimento colaborativamente, favorecendo a formação em rede entre os sujeitos.



Fonte: A pesquisa, 2020.

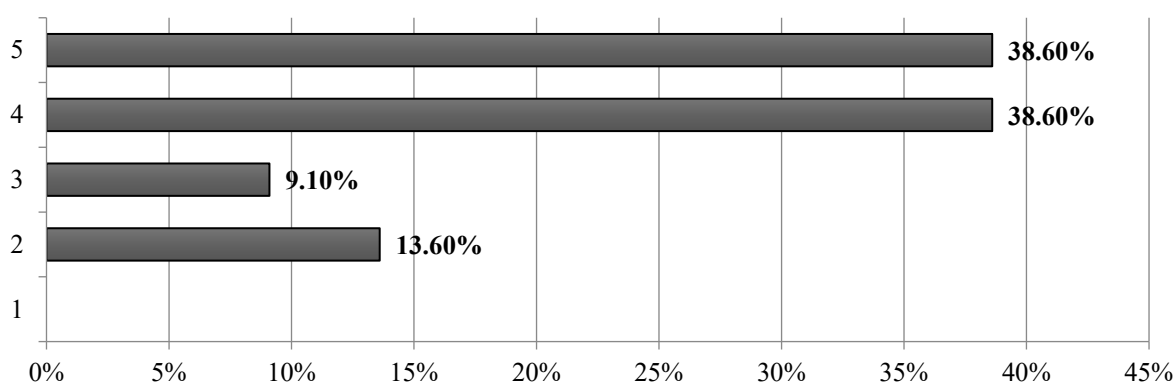
No que tange o presente no Gráfico 2, o qual se refere ao uso das TD como uma possibilidade de promover espaços de trocas entre os sujeitos, os quais tendem, de forma colaborativa, auxiliar os estudantes na construção do conhecimento, evidencia-se distintos posicionamentos dos professores, visto que as respostas estão distribuídas do escore 2 ao escore 5, com uma prevalência bastante significativa em relação ao grau de concordância (escores 4 e 5 – um percentual equivalente a 36% (n = 16) e 50% (n = 22), respectivamente), o qual se caracteriza com 86% dos posicionamentos favoráveis à respectiva questão. Ainda em relação a este gráfico, salienta-se que 12% (n = 5) das respostas obtidas estão vinculadas

ao escore 3, configurando-se as respostas que demonstram a incerteza sobre a afirmativa, e 2% (n = 1) destas se referem a posição contrária, caracterizando o grau da discordância.

Deste modo, pontua-se que os sujeitos, em sua grande maioria, compreendem que o uso das TD contribui para a promoção de espaços de trocas e de socialização de ideias entre os envolvidos, corroborando para a “tomada de consciência entre os sujeitos, além de favorecer o desenvolvimento de um processo dialético de construção do conhecimento” (BEDIN; DEL PINO, 2015, p. 799). Deste modo, este movimento se configura como uma possibilidade de propiciar espaços voltados à aprendizagem colaborativa entre os sujeitos, já que os estudantes estão familiarizados com as TD, e, mediante a participação ativa e a partilha de objetos de conhecimentos em múltiplos suportes em rede, tendem a colaborar para a compreensão sobre o objeto em estudo (BEDIN; DEL PINO, 2016).

Em menção ao Gráfico 3, no qual se encontram os posicionamentos dos professores frente a assertiva relacionada a aprendizagem mediada pelo uso das TD, a qual tende a ocorrer de forma colaborativa e em rede por meio do envolvimento entre os sujeitos e entre estes e o conhecimento, percebe-se que 77,2% (n = 34) dos respondentes concorda com a assertiva mencionada. Isto é, em ambos os escores 4 e 5 observa-se um percentual equivalente a 38,6% (n = 17), enquanto que no escore 3 evidencia-se 9,1% (n = 4), seguido dos posicionamentos contrários a dada assertiva, com um total de 13,6% (n = 6) das respostas no escore 2.

Gráfico 3 – A aprendizagem por meio das TD ocorre de forma colaborativa e em rede entre os sujeitos e entre estes e o conhecimento?



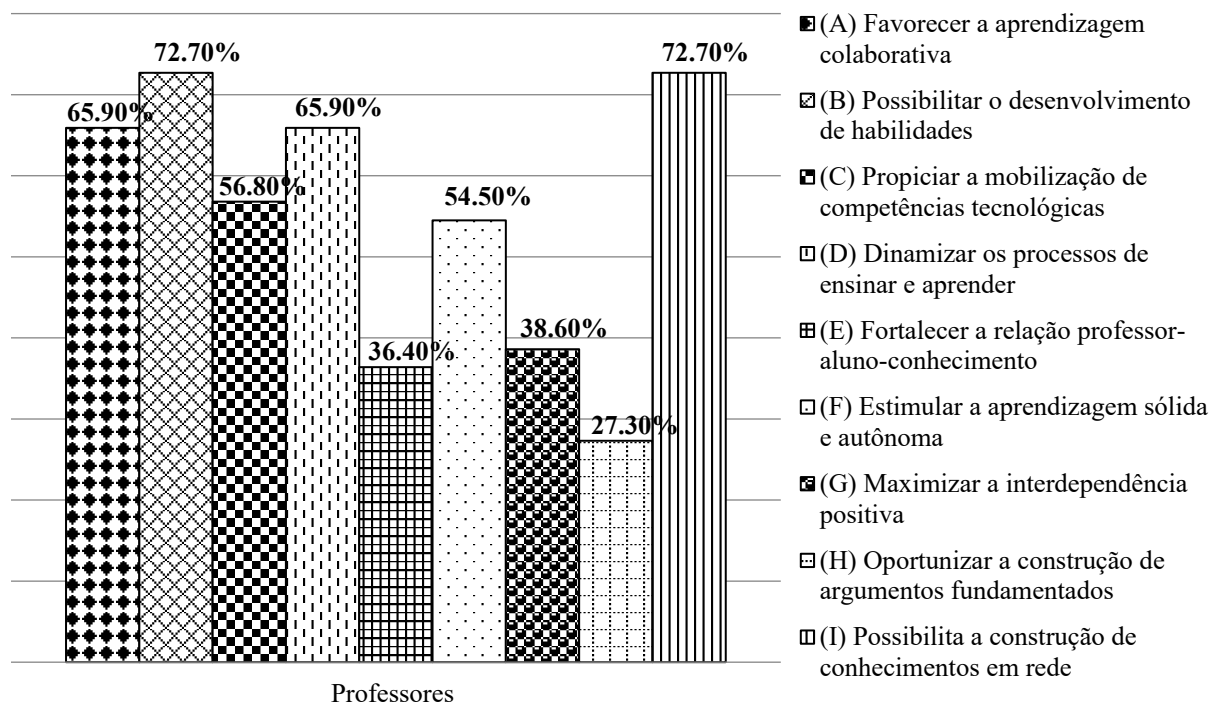
Fonte: A pesquisa, 2020.

Nesta perspectiva, em relação ao Gráfico 3, tem-se que o uso das TD nos processos de ensino e aprendizagem contribui para o envolvimento entre os estudantes e entre estes e as diferentes formas de aprender. Ou seja, a prática docente voltada a “ativa participação dos estudantes e a qualificação do ensino por meio das tecnologias, pode, por deverás, fortalecer o vínculo entre os estudantes, o conhecimento e os professores” (BEDIN; DEL PINO, 2016, p.

2). Deste modo, os autores salientam que a ação docente mediada pelo uso das TD no planejamento pedagógico se caracteriza como uma possibilidade de explorar todas as potencialidades destas ferramentas e canalizá-las para a aprendizagem. Isto é importante para que, a partir do uso das TD nos processos de ensino e aprendizagem em meio a competências, habilidades e atitudes, se possibilite e fomentea participação ativa dos sujeitos, bem como a interação colaborativa entre pares, a fim de que sejam capazes de desenvolver competências e habilidades previstas para um dado componente curricular, vivenciando um processo de formação crítica e reflexiva (BEDIN; DEL PINO, 2016).

Nesta perspectiva, em referência ao Gráfico 4, apresenta-se os posicionamentos dos professores em relação a questão: “*Você acredita que as TD nos processos de ensino e aprendizagem podem...?*”, a qual se encontra articulada a um conjunto de possíveis afirmativas. Assim, atenta-se que, diferentemente dos questionamentos anteriores, nesta questão não se delimitou o número de respostas, pois os professores puderam escolher mais de uma afirmativa. Em síntese, observa-se no gráfico um posicionamento bastante favorável às assertivas em análise, com exceção das caracterizadas como “E”, “G” e “H”, as quais obtiveram valores menores que 40%.

Gráfico 4–“Você acredita que as TD nos processos de ensino e aprendizagem podem...?”



Fonte: A pesquisa, 2020.


Nessa perspectiva, de acordo com o Gráfico 4, observa-se duas assertivas com um grau de concordância dos professores bastante expressivo, sendo elas as afirmativas “B” e “I”,

cada qual com um percentual de 72,70% (n = 32). Nesse sentido, tem-se que o uso das TD favorece a aprendizagem colaborativa, pois, em conformidade a Torres e a seus colaboradores (2004, p. 5), o uso das TD “constitui-se em uma ferramenta para aprendizagem colaborativa”, na medida em que se propõe o uso destas no intuito de “provocar rupturas, a desafiar os educandos, levando-os a formar uma comunidade de aprendizagem coesiva e reflexiva, cujos membros trabalhem para alcançar objetivos comuns enquanto respeitam a diversidade de idéias, valores, crenças e estilos de vida” (TORRES et al., 2004, p.14).

Ademais, no que tange a assertiva I, a qual refere-se a possibilidade da aprendizagem em rede, destaca-se que tanto Alves (2010) quanto Bedin e Del Pino (2016) salientam que o processo de construção do conhecimento em rede centrado na colaboração entre os sujeitos propicia aos envolvidos vivenciar uma comunicação descentralizada, ou seja, em diferentes espaços, momentos e posições; logo, é possível que os distintos discursos e posicionamentos sejam contemplados neste processo, essencialmente por meio de troca de saberes e de experiências, para significar e ressignificar os conhecimentos científicos.

Em relação à assertiva A (65,9%, n = 29), a qual se refere ao uso das TD como uma possibilidade de desenvolver as competências e as habilidades necessárias à formação de um indivíduo crítico e reflexivo, supõe-se que o grau significativo de posicionamento seja em função da necessidade de que o estudante “possua conhecimentos e habilidades que lhe permitam interpretar e analisar, de maneira crítica e autônoma, a crescente quantidade de informações virtuais” (BEDIN; DEL PINO, 2016, p. 800). Com semelhanças a esta discussão, destaca-se a assertiva C, a qual obteve 56,80% (n = 25) de apontamentos, uma vez que se refere ao desenvolvimento de competências tecnológicas, de modo a orientar o sujeito frente a promoção da cidadania, “com vistas ao desenvolvimento dos sujeitos enquanto cidadãos ativos, consumidores e usuários responsáveis da tecnologia existente” (VIECHENESKI; CARLETTO, 2013, p. 214).

Em sequência, tem-se a assertiva D (65,9%, n = 29), a qual se refere ao uso das TD como uma significativa possibilidade de dinamizar os processos de ensino e aprendizagem. Nesta teia, assim como observado no posicionamento dos professores, percebe-se que a integração das TD no planejamento docente tende a promover espaços dinâmicos e colaborativos, “permitindo a participação e a proliferação de informações na produção e veiculação das atividades docentes” (BEDIN; DEL PINO, 2016, p. 4). Deste modo, em conformidade com os autores, entende-se que é necessário orientar o educando na busca pelo “seu próprio caminho de acesso às informações desejadas”, a fim de ratificar com a promoção



de uma aprendizagem sólida e autônoma, aspecto também elencado na assertiva F, que, por sua vez, foi contemplada com um percentual equivalente a 54,50% (n = 24).

Ademais, as assertivas “E”, “G” e “H” obtiveram os menores percentuais, quando comparados às demais assertivas, sendo estes respectivamente 36,40% (n = 16), 38,60% (n = 17) e 27,30% (n = 12). Em relação à assertiva “E”, embora poucos professores tenham marcado esta opção, entende-se que o fortalecimento da relação entre o professor, o aluno e o conhecimento ocorre quando a ação docente propõe o uso das TD na abordagem de um respectivo objeto de estudo via ação colaborativa e em rede, pois se tem a possibilidade de transcender o uso fixado dos espaços escolares, aspecto que consolidou para uma solidificação nesta relação (BEDIN; DEL PINO, 2017).

Destarte, em relação à assertiva G, que remete à discussão sobre a possibilidade de maximizar a interdependência positiva, percebe-se, como supradestacado, um percentual de 38,60% (n = 17) de apontamento. Acredita-se que este percentual aflora da dificuldade de entender que a integração das TD na prática docente se configura como uma estratégia de ensino voltada a responsabilização do sujeito por sua própria aprendizagem, bem como pelo aprender de seus pares, fundamentada em um processo de autonomia e de dedicação recíproco (BEDIN; DEL PINO, 2016). Ao mesmo tempo, na assertiva H pontua-se que o uso das TD no ensino colaborativo consiste em uma possibilidade de oportunizar a construção de argumentos fundamentados, visto que este processo não se refere somente a reflexão se o estudante retém ou não uma determinada informação; ele está voltado as “operações que o aprendiz possa realizar com estas informações, as coordenações, as inferências possíveis, os argumentos, as demonstrações” (BEDIN; DEL PINO, 2015, p. 799). Apesar dos pressupostos mencionados, estas duas assertivas foram pouco pontuadas pelo grupo de professores.

Em consonância as discussões, no Quadro 1 são apresentados excertos das narrativas dos sujeitos envolvidos nesta pesquisa, em relação a promoção de uma aprendizagem colaborativa e em rede por meio da utilização das TD.


Quadro 1 - Comentários sobre a aprendizagem colaborativa por meio do uso das TD.

1	Efetiva e de extrema importância. No entanto, as pessoas, os discentes não estão preparados.
2	As tecnologias digitais ainda são excludentes para boa parte da população que não tem acesso a elas ou não sabem como utilizá-las em toda sua potencialidade.
3	Acredito na nova geração digital, mas ainda se encontra dificuldades (falhas).
4	Há muito potencial nas TD para a aprendizagem colaborativa, mas ainda estamos muito longe do uso autoral dessa linguagem. Enquanto o meio for outra forma de reproduzir uma cultura pedagógica equivocada, todo o potencial se perde.
5	Será que todos os alunos tem acesso a TD?
6	Não só as TD, mas também elas.
7	Entendo que a aprendizagem colaborativa é o presente e o futuro, no entanto, vejo que ainda estamos engatinhando no aspecto colaboração. Vejo muito mais colaboração dos alunos nas colas virtuais, e isso faz com que a aprendizagem seja falha; ainda percebo que os alunos estão trabalhando mais de forma individualizada, com raras exceções.

Fonte: A pesquisa, 2020.

Ao interpretar as narrativas dos sujeitos no Quadro 1, pode-se perceber uma série de contribuições significativas à discussão, no sentido de que embora muito profícuas para a promoção da aprendizagem sob uma perspectiva colaborativa, a uma série de implicações que dificultam o uso efetivo das TD no ambiente escolar. Dentre os aspectos pontuados, destaca-se o uso limitado das TD, em função de um número significativo de estudantes não ter acesso a elas. Frente a esta questão, Babrosa e Cunha (2020, p.34) salientam que a esta estratégia “esbarra-se em uma profunda desigualdade social que já antes determinava quem teria direito à educação de qualidade”, visto que uma parcela significativa dos estudantes brasileiros, sobretudo aqueles matriculados em escolas públicas, não possui acesso a Internet e tampouco estruturas físicas adequadas para a realização das tarefas.

Além do mais, outro quesito que vem à tona para ser analisado é a maneira em que as TD são utilizadas no desenvolvimento dos processos de ensino e aprendizagem, visto que em conformidade a resposta 4 “*estamos muito longe do uso autoral dessa linguagem*”. Nesta perspectiva, destaca-se que o modo pelo qual a ação docente explora as TD no processo de construção do conhecimento ainda é bastante restrito, visto que os professores apresentam inúmeras dificuldades para explorar todas as potencialidades destas ferramentas, seja pela deficiência de conhecimentos ou pela ausência de tempo para planejar e executar. Ainda, o respondente complementa que “*enquanto o meio for outra forma de reproduzir uma cultura pedagógica equivocada, todo o potencial se perde*”. Isto porque, em conformidade a Kurz e Bedin (2019, p.202), a efetividade de uma proposta permeada pelo uso das TD “é decorrente das possibilidades propiciadas aos estudantes de observar, internalizar e produzir novos conhecimentos e, portanto, de superar um posicionamento no qual as tecnologias são utilizadas em função de seu caráter informacional, funcional e instrumental”.



Outro professor ajuíza que a construção do conhecimento fundamentada em um processo colaborativo e em rede é um processo que ainda necessita ser explorado dentro do âmbito escolar, em decorrência da postura tanto do professor quanto do estudante em relação a questão colaborativa; em corroboração, o respondente 6 complementa que o uso das TD propicia a aprendizagem sob uma perspectiva colaborativa. Portanto, ao mesmo tempo em que as distintas estratégias e metodologias de ensino legitimam a colaboratividade entre os sujeitos no processo de construção do conhecimento, tem-se que “*não só as TD, mas também elas*” auxiliam neste processo. Este desenho é importante porque, de acordo com o professor 7, *a aprendizagem colaborativa é o presente e o futuro*, mesmo percebendo que ainda se engatinha no aspecto de colaboração. Todavia, salienta-se a necessidade e a importância de as ações educacionais serem desenvolvidas no viés de uma aprendizagem colaborativa e em rede, pois o professor destaca que percebe *que os alunos estão trabalhando mais de forma individualizada*, o que minimiza os pressupostos do uso das TD, bem como dos aspectos pedagógicos e didáticos da Educação e da ação docente.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em virtude do exposto, percebe-se pelos posicionamentos e pelas narrativas ao longo do texto que os professores compreendem a importância e a relevância do uso das TD no planejamento pedagógico e no desenvolvimento colaborativo e em rede dos processos de ensino e aprendizagem, com vistas à interação entre os sujeitos envolvidos, propiciando a socialização de saberes e a conexão de conhecimentos. Ademais, a integração do uso das TD nos processos de ensinar e de aprender tende a colaborar para a formação de um indivíduo crítico e reflexivo, e, sobretudo, responsável pelo processo de construção do seu conhecimento, desenvolvendo as competências e as habilidades necessárias à formação de uma identidade cidadã crítica e consciente de suas ações.

Todavia, conforme destacado pelos professores, é importante realçar aspectos que tendem a influenciar no uso efetivo das TD, como o acesso a Internet e a mudança da postura docente e discente em relação a esta prática nos processos de ensino e aprendizagem. Nesse viés, faz-se necessário desenvolver pesquisas e ações voltadas à formação continuada de professores, no sentido de aprofundar as discussões em relação ao uso das TD como uma possibilidade para a qualificação dos processos de ensino e aprendizagem sob uma perspectiva colaborativa e em rede no âmbito escolar. Ademais, salienta-se a urgência de os cursos de formação/aperfeiçoamento docente, das e nas diferentes esferas educacionais, serem desenvolvidos à luz da relação entre as TD e os objetos de conhecimentos dos componentes

curriculares, a fim de que os professores possam entender esta importância, bem como compreender de forma prática a manipulação das TD e as múltiplas ferramentas que estas possibilitam para fundamentar a prática docente.

REFERÊNCIAS

- ALVES, L. Aprendizagem em rede e formação docente: trilhando caminhos para a autonomia, a colaboração e a cooperação. In: VEIGA, Ilma Passos A.; D'ÁVILA, Cristina (Org.). **Profissão docente: novos sentidos, novas perspectivas**. 2. ed. Campinas, SP: Papirus, 2010.
- BEDIN, E. **A emersão da interdisciplinaridade no ensino médio politécnico: relações que se estabelecem de forma colaborativa na qualificação dos processos de ensino e aprendizagem à luz das tecnologias de informação e comunicação**. (Doutorado em Educação em Ciências: química da vida e saúde). Instituto de Ciências Básicas da Saúde, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre/RS, 2015. Disponível em: <http://hdl.handle.net/10183/126836>. Acesso em: 19 ago. 2020.
- BEDIN, E. Filme, Experiência e Tecnologia no Ensino de Ciências Química: uma sequência didática. **Revista de Educação, Ciências e Matemática**, v. 9, n. 1, 2019. Disponível em: <http://publicacoes.unigranrio.edu.br/index.php/recm/article/view/4280>. Acesso em: 8 set. 2020.
- BEDIN, E. O uso das tecnologias como processo cooperativo: uma avaliação docente-discente nas redes. **Revista Areté | Revista Amazônica de Ensino de Ciências**, [S.l.], v. 10, n. 22, p. 166-178, jul. 2017. ISSN 1984-7505. Disponível em: <http://periodicos.uea.edu.br/index.php/arete/article/view/640>. Acesso em: 09 set. 2020.
- BEDIN, E.; DEL PINO, J. C. A importância das redes sociais no ensino médio politécnico: aprendizagem colaborativa. **#Tear: Revista de Educação, Ciência e Tecnologia**, v. 5, n. 1, 2016. Disponível em: <https://doi.org/10.35819/tear.v5.n1.a1968>. Acesso em: 5 set. 2020.
- BEDIN, E.; DEL PINO, J. C. Aprendizagem colaborativa nas redes sociais e a qualificação dos processos de ensino e aprendizagem. **Interações**, v. 14, n. 47, 2018. Disponível em: <https://doi.org/10.25755/int.7138>. Acesso em: 5 set. 2020.
- BEDIN, E.; DEL PINO, J. C. Politecnicidade e Relação com as TICs: interações discentes nas redes sociais. In: **VI Congresso Internacional sobre Formação de Professores de Ciências**. Bogotá, 2014.
- BEDIN, E.; DEL PINO, J. C. Seminário Integrado e Projetos de Aprendizagem: uma proposta metodológica para a construção de saberes. **Ciência e Natura**, v. 37, n. 3, p. 796-807, 2015. Disponível em: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=467546194064>. Acesso em: 29 ago. 2020.
- BEDIN, E.; DEL PINO, J. C. Tecnologias no Ensino de Química: Uma Avaliação Neurocientífica para os Processos de Ensino e Aprendizagem. **Revista Debates em Ensino de Química**, v. 2, n. 1, p. 31-40, 2017. Disponível em: <http://ead.codai.ufrpe.br/index.php/REDEQUIM/article/view/1276>. Acesso em: 9 set. 2020.

BOGDAN, R.; BIKLEN, S. **Investigação qualitativa em educação: uma introdução à teoria e aos métodos**. Porto editora, 1994.

BABROSA, O. L.; DA CUNHA, P. G. M. Pandemia e a precarização do direito ao acesso à educação. **Revista Pet Economia UFES**, v. 1, n. 1, p. 33-36, 2020. Disponível em: <https://periodicos.ufes.br/peteconomia/article/view/31745>. Acesso em: 11.09.2020.

CHIZZOTTI, A. A pesquisa qualitativa e seus fundamentos filosóficos. **Pesquisa qualitativa em ciências humanas e sociais**. Petrópolis, RJ: Vozes, p. 53, 2006.

GODOY, A. S. Introdução à pesquisa qualitativa e suas possibilidades. *Revista de Administração de Empresas*, v. 35, n. 2, p. 57-63, 1995. Disponível em: <http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/rae/article/viewFile/38183/36927>. Acesso em: 10 set. 2020.

KURZ, D. L.; BEDIN, E. As potencialidades das tecnologias de informação e comunicação para a área das ciências da natureza: uma investigação em periódicos da área. **Interfaces da Educação**, v. 10, n. 30, p. 199-220, 2019. Disponível em: <https://periodicosonline.uems.br/index.php/interfaces/article/view/3932>. Acesso em: 8 ago. 2020.

SERRA, G. M. D. **Contribuições das TIC no ensino e aprendizagem de Ciências: tendências e desafios**. 2009. Tese de Doutorado. Universidade de São Paulo. Disponível em: <http://www.usp.br/qambiental/jogosRegras.html>. Acesso em: 28 ago. 2020.

TAVARES, R.; SOUZA, R. O. O.; de OLIVEIRA CORREIA, A. Um estudo sobre a “TIC” e o ensino da química. **Revista GEINTEC-Gestão, Inovação e Tecnologias**, v. 3, n. 5, p. 155-167, 2013. Disponível em: <https://doi.org/10.7198/geintec.v3i4.296>. Acesso em: 8 ago. 2020.

TORRES, P. L. Laboratório on-line de aprendizagem: uma experiência de aprendizagem colaborativa por meio do ambiente virtual de aprendizagem Eureka@ Kids. **Cadernos CEDES**, v. 27, n. 73, p. 335-352, 2007. Disponível em: <http://www.cedes.unicamp.br>. Acesso em: 18 ago. 2020.

TORRES, P. L.; ALCANTARA, P.; IRALA, E. A. F. Grupos de consenso: uma proposta de aprendizagem colaborativa para o processo de ensino-aprendizagem. **Revista diálogo educacional**, v. 4, n. 13, p. 129-145, 2004. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.7213/rde.v4i13.7052>. Acesso em: 18 ago. 2020.

TRESPACH, R.; GUNTZEL, B.; BEDIN, E. Análise química sobre ferramentas tecnológicas para ensinar química na Educação Básica à alunos surdos. **Tecné, Episteme y Didaxis: TED**, 2016. Disponível em: <https://revistas.pedagogica.edu.co/index.php/TED/article/view/4623>. Acesso em: 3 set. 2020.

VIECHENESKI, J. P.; CARLETTO, M. Por que e para quê ensinar ciências para crianças. **Revista Brasileira de Ensino de Ciência e Tecnologia**, v. 6, n. 2, 2013. Disponível em: <https://pdfs.semanticscholar.org/07a4/f43ce689b9612266a37868bec725c5a1adb4.pdf>. Acesso em: 10 set. 2020.

CAPÍTULO 8

HÁ VIDA SEM ZARA: REFLEXÕES SOBRE CONSUMO, MODA E PUBLICIDADE¹³

Silvio KoitiSato, professor do curso de Comunicação Social (Publicidade e Propaganda), ESPM.

Bruno Pompeu, professor do curso de Publicidade e Propaganda, ECA-USP e ESPM-SP

Clotilde Perez, professora titular de semiótica e publicidade, ECA USP

RESUMO


Este é um artigo que combina reflexão conceitual e relato sensível; que brota a partir do acasalamento da teoria com a empiria. Nele, contamos a história de Joanna Moura, publicitária consumista endividada que, numa dessas ideias geniais, resolveu criar um blog chamado “Um ano sem Zara” em 2011 para compartilhar sua experiência e, principalmente, as dificuldades na sua relação com o consumo de moda. A partir do relato da entrevistada e dos conteúdos postados no seu blog, destacamos os conflitos e problemas que subjazem à história da personagem, e pudemos trazer uma reflexão sobre as interações entre os temas consumo, moda e publicidade.

PALAVRAS-CHAVE: consumo; publicidade; moda; blog; *fast-fashion*.

APRESENTANDO O TRABALHO

As longas filas madrugadas adentro à espera do lançamento da nova versão de um aparelho celular. Os carros engarrafados, travando o trânsito nas imediações da nova loja de alimentos italianos. Pessoas se pisoteando à abertura das portas de um supermercado em dia de promoção de aniversário. Quais dessas reiteradas cenas, já tão vivas no imaginário popular do consumo e do mercado, podem vencer, no quesito representação do consumismo, a imagem – já quase cristalizada em clichê – de pessoas em desespero, sucumbindo em inúmeras e encarregáveis sacolas aos incontornáveis apelos da moda? Livros, filmes, séries e tantas outras formas de narrativa já sentenciaram: é no universo da moda – das lojas bem decoradas, das vitrines convidativas, dos manequins sofisticados, dos provadores envolventes, das peças maravilhosas – que melhor se encontram os exemplos do dito consumo moderno, dessa interessante relação que se estabelece entre as pessoas e as marcas.

¹³ Trabalho apresentado no GPPublicidade e Propaganda, XIX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 42º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.



Rompendo com o senso comum – os clichês sexistas, as ideias fixas condenatórias e as simplificações estereotipadas –, mas não recusando a proposta de se entender melhor um determinado aspecto do consumo por meio da moda, é que se chega a este artigo. Desenvolver práticas de consumo saudáveis e equilibradas pode representar um desafio para os indivíduos em vários aspectos, desde uma perspectiva financeira até do ponto de vista emocional. Embora naturalizado, já que faz parte da vida cotidiana, o ato de consumir é algo que muitas vezes pode exigir um processo de aprendizado e reflexão sobre seus significados pessoais, numa trajetória que está sujeita a derrapadas e problemas no percurso.

É disso que trata este texto: de como o consumo – encarado aqui como fenômeno complexo, sustentado teoricamente em pilares de sociologia (BAUMAN, 2008; BAUDRILLARD, 2010), antropologia (DOUGLAS & ISHERWOOD, 2009; MCCRACKEN, 2003), filosofia (LIPOVETSKY, 2007) e semiótica (SANTAELLA & NÖTH, 2010), tendo a questão do significado como elemento transversal – pode se revelar problemático, impactando negativamente diversos aspectos da vida de uma pessoa. Ilustraremos o tema a partir do consumo de produtos para vestuário, categoria que simboliza a moda como sistema e fenômeno sociocultural, baseada na lógica da obsolescência e da efemeridade, na ambivalência entre distinção e pertencimento e na valorização da estética (LIPOVETSKY, 1989).

É comum, quando estamos falando de consumo, descambarmos para seu termo análogo no universo das patologias individuais e das síndromes sociais: o consumismo. Livros(e às vezes filmes) como *Os delírios de consumo de Becky Bloom* (KINSELLA, 2008) ou *Mentes consumistas* (SILVA, 2014), despreziosos, pois que comprometidos apenas com o entretenimento ou a autoajuda, contribuem para essa confusão. Mas, para cada material desse tipo, há uma boa quantidade de autores trabalhando no entendimento, no esclarecimento e no desenvolvimento do pensamento sobre o consumo. Daí que seja importante destacar que, por consumo, estamos aqui nos referindo a um fenômeno complexo, que pode ser encarado por perspectivas teóricas distintas: da sociologia à antropologia, da economia à filosofia, da psicologia à psicanálise. Nos interessa, a partir dessa base teórica transdisciplinar, destacar que:

Consumir é agir, de alguma maneira, em direção àquela pessoa ou àquela instituição que se ofereça ao consumo – sendo a relação de compra ou não, fique claro –, de modo que se crie algum tipo de vínculo afetivo, aspiracional, representativo, projetivo, identitário ou de sentido. (POMPEU, 2018, p. 92)

Deixando claro ainda que:

De maneira distinta do *consumo*, que é basicamente uma característica e uma ocupação dos seres humanos como indivíduos, o *consumismo* é um atributo da *sociedade*. Para que uma sociedade adquira esse atributo, a capacidade profundamente individual de querer, desejar e almejar deve ser, tal como a capacidade de trabalho na sociedade de produtores, destacada dos indivíduos e reciclada/reificada numa força externa que coloca a “sociedade de consumidores” em movimento e a mantém em curso como uma forma específica de convívio humano. (BAUMAN, 2008, p. 41)

Ou seja, não se trata, no âmbito deste artigo, de condenar esta ou aquela prática institucional, menos ainda este ou aquele comportamento individual. A história pessoal relatada e a menção específica ao nome de uma são, para nós, artefatos narrativos e metodológicos que nos ajudam a entender – e a expor – o assunto em questão. São elementos representativos do consumo, desse fenômeno típico das sociedades contemporâneas, aqui pintados com as cores dos dias atuais, úteis à reflexão e, neste caso, rentáveis à tentativa de contribuir com o entendimento dos efeitos que o consumo tem na vida das pessoas.

Destacamos aqui neste texto, ainda, o papel importante das redes varejistas de moda, que implementaram modelos de venda e distribuição de seus produtos (o sistema chamado de *fast-fashion*) que ampliaram a oferta de bens nas últimas décadas, trazendo um fluxo constante de novidades, que surgem com crescente frequência nos pontos de venda, físicos ou digitais. É neste cenário que estudaremos a relação que os indivíduos desenvolvem com a moda, não somente para dar conta de algum aspecto específico desse mercado, mas principalmente como ponto de partida para um entendimento mais complexo e profundo da própria relação de consumo, que pode sofrer alterações ao longo da vida do indivíduo.

Para tornar o assunto mais próximo e exemplificá-lo de forma humanizada, traremos a história de Joanna Moura (Jojo), uma pessoa que expôs publicamente seus dilemas ligados ao consumo em um blog chamado, sugestivamente, de “Um ano sem Zara”, criado em 2011¹⁴.

O blog estava lá, ao nosso dispor e ao dispor de qualquer um. Nele, Jojo expunha seus dilemas, sua rotina, sua forma de se vestir. Era importante analisar esse material? Sem dúvida que sim. Mas o que poderia haver para além do que foi publicado, ou alguém daquilo que estava exposto? Misturando técnicas de pesquisa, tomando licença aos cânones em função de

¹⁴ Disponível em: <https://uas.z.com.br/> Acesso em: 08 de junho de 2019.

um objeto de estudo humano e, portanto, complexo, procuramos aproximar a análise do material disponível no blog com uma entrevista feita com Jojo. Não uma entrevista comum, protocolar, inquisitiva, que busca extrair da pessoa sob uma suposta objetividade sua visão específica da realidade. Melhor dizendo, valendo-se dos preceitos da pesquisa de base etnográfica, em vez de *entrevista* o que fizemos foi propor um *diálogo* com Jojo, procurando ter como princípio as palavras e o pensamento de Cremilda Medina, quando diz que

Educadores, antropólogos, psicólogos, historiadores, médicos, enfermeiros se flagram contrafeitos na conformação metodológica e se revelam contra a forma da objetividade científica. Levados pela profissão a conviver com o Outro, que não é um frio e distante objeto de conhecimento, cedo sacodem a tentação dogmática. Assumem a relação sujeito-sujeito, se flagram afetos ao planeta inquieto. (...) O pesquisador inquieto recebe dessas ínfimas respostas humanas uma nova carga afetiva, uma ternurinha que aciona um *insight* científico. (2003, p. 59)

Sem também esquecer o que defende Massimo Canevacci, libertando os que se valem da pesquisa para entender o profundo universo humano, quando explica sua visão sobre a importância do método nas pesquisas das interfaces da comunicação:

Esse tipo de autonomia da etnografia de uma disciplina específica me leva a crer que atualmente a etnografia é um método indisciplinar, não tem uma referência disciplinar; cruza metodologias e pontos de vista diferenciados e, ainda mais, expressa essa beleza cheia de dore de paixão de ficar no campo tentando entender o que ele, pesquisador, não pode entender. (2013, p. 170)

O SURGIMENTO DO BLOG “UM ANO SEM ZARA”

Jojo nasceu em 1984, na Bahia. Mas foi na cidade do Rio de Janeiro que começou a cursar Comunicação Social, talvez já mirando na carreira de publicitária que viria a construir, ainda sem poder imaginar o que o futuro lhe guardaria. Mais tarde, já formada, mudou-se para São Paulo e seguiu um daqueles percursos de sempre, saltando de agência em agência, passando às vezes por anunciantes, mas, no caso dela, sempre em torno do planejamento estratégico publicitário. Tempos depois chegou a passar uma temporada na Califórnia (EUA) e hoje mora com seu marido e filha recém-nascida em Londres (Inglaterra), onde trabalha numa... agência de publicidade.

Ou seja: Jojo é publicitária de profissão e formação e, como vai se ver adiante, nem por isso conseguiu se esquivar dos apelos sedutores do consumo. E, como publicitária, talvez inconscientemente – mas não inocentemente – tenha sabido como publicizar sua história e mediatizar sua transformação na relação com o consumo.

A mediatização se encontra, na atualidade, como lugar privilegiado de entendimento desse caráter ôntico comunicacional, pois não se restringe a mediação ou papel regulador das instituições dos sistemas midiáticos, mas sim por pensar as lógicas de

interação na construção de práticas sociais/culturais de referências, a partir das formas de interação social mediatizadas. (TRINDADE, 2013, p. 49)

Mas a história que queremos contar aqui começa quando Jojo se percebeu dona de um salário que lhe permitia pagar todas as suas contas, viver de forma razoavelmente confortável e ainda comprar algumas coisinhas. Os que frequentam ou já frequentaram o meio corporativo de São Paulo – empresas, agências e afins – sabem o quanto esse contexto pode ser estimulante ao consumo, com as pessoas sempre bem vestidas e arrumadas, com bolsas, carros e outros acessórios como que compensando muitas vezes a rotina extenuante, disfarçando o trabalho estressante e materializando as conquistas sacrificantes.

De reunião em reunião, de evento em evento, a cada nova necessidade de estar bem vestida, o guarda-roupa de Jojo foi ficando pequeno para tantos itens. Até que um dia ela se viu endividada. Mais do que isso: enredada em uma teia perigosa, comum a tantos de nós. Cartões de crédito cujas faturas se acumulavam, se multiplicavam e se avolumavam no ritmo inclemente dos juros; uma vida pautada na cultura material e no culto a uma boa aparência baseada na moda; um rendimento e uma estrutura de custos inflexíveis, que dificultavam encontrar uma solução. Na entrevista realizada pelos autores, ela diz que “vivía administrando um rombo que parecia não ter muita solução. Eu tive que tomar uma atitude drástica, e essa atitude veio na forma de que eu precisava parar de comprar roupa” (MOURA, 2017).

As experiências de consumo vividas por Jojo foram construídas num ambiente de abundância, não só de mercadorias e de marcas, mas também de informações e conteúdos que circulam globalmente. O consumidor imerso neste contexto, desenvolve estratégias para lidar com estas possibilidades infinitas de consumo, que não podem ser realizadas totalmente na maioria das vezes. Tudo isto pode causar angústia e frustração, como ocorreu com Jojo. Não é à toa que muitas vezes o consumo se transforma em consumismo, ou seja, numa prática excessiva e centrada no supérfluo, beirando a patologia, com consequências negativas para o indivíduo.

Essa visão pessimista do consumo, materialista e hedonista, é associada a uma existência vivida de maneira mais superficial e efêmera, que se traduz num estilo de vida com o consumo incessante de produtos e serviços, a fim de abrir passagem para novos produtos e suas mensagens sedutoras, de forma volátil, instantânea, sem fim. (LIPOVETSKY, 1989). Há uma valorização das sensações e das experiências que o consumo pode proporcionar, numa espetacularização do consumo e da vida (DEBORD, 1997), sobretudo a individual.

Para tentar se livrar das complicações do endividamento – e, por que não dizer, da dependência do consumo de moda –, Jojo propôs a si mesma um desafio: passar um ano sem fazer qualquer compra de vestuário. O desafio era radical: passar um ano inteiro utilizando somente as peças que já tinha em seu guarda-roupa. Para isso, teve a ideia de compartilhar suas experiências em um blog, valendo-se de uma das plataformas digitais mais em voga naquele momento, como destacou no seu primeiro post, publicado em 03 de março de 2011. É interessante também notar a referência que Jojo faz neste post inaugural ao filme “Delírios de consumo de Becky Bloom” (*Confessionsof a Shopaholic*), lançado em 2009 e mencionado anteriormente, no qual a personagem central é uma garota de Nova Iorque que adora fazer compras de forma compulsiva, o que a leva à falência. O título original em inglês destaca o caráter de adição ao utilizar o termo *shopaholic* (comprador compulsivo).

O nome escolhido para o blog, “Um ano sem Zara”, foi rapidamente adaptado para “UASZ”, numa dessas corruptelas ou abreviações típicas da linguagem digital. A ideia do nome surgiu da relação próxima da entrevistada não só com a Zara especificamente, mas também com o que a marca significava para ela: uma loja que possibilitava uma compra rápida e impulsiva. Jojo lembra que entrava frequentemente nas lojas sem ter uma necessidade específica e sempre saía com uma sacola para que o seu dia ficasse melhor.

Além disso, algumas características do modelo de vendas adotado pela rede, como a variedade de itens e o sistema de autosserviço também são citados por Jojo como facilitadores de seu comportamento “compulsivo”:

Quando eu estava dentro da Zara, o fato de não ter uma vendedora me perguntando: “O que a senhora quer?”, “Já sabe o que está procurando?”, aquele tipo de pergunta me levava entender que eu não necessariamente precisava daquilo e acabava interrompendo meu ímpeto de consumo, e na Zara não tinha esse problema. Eu entrava, eu navegava pela loja, se eu via uma oportunidade ou algo que eu gostasse, que eu achasse que não era uma compra em um valor muito significativo eu levava pra casa. (MOURA, 2017)

A marca Zara, integrante do grupo espanhol Inditex, é uma das maiores empresas varejistas de moda do mundo, com 7.422 lojas em 96 mercados em todo o mundo (ZARA, 2018). Criada em 1963, é o símbolo de um modelo de produção e distribuição de redes varejistas de moda chamado de *fast-fashion*. Nele, há um fluxo constante de novidades, que surgem com crescente frequência nos pontos de venda, físicos ou digitais. Este modelo é baseado não só na constante renovação de produtos, mas principalmente na adaptação de tendências de moda recentes para uma relação custo-benefício mais acessível, em função da escala de produção em nível global de grandes grupos internacionais.

Minimizar os riscos e os custos de uma coleção não apreciada pelo mercado, otimizar a gestão do processo criativo e tornar flexível a cadeia produtiva. É justamente a resposta nesses três âmbitos que faz do *fast-fashion* um modelo de sucesso. Nesse sentido, o setor não é somente uma atividade de “cópia”, mas um complexo de estratégias que objetivam organizar, em um setor no qual o tempo é escasso, uma variável de escolha, velocidade e qualidade, amplitude de variedades e produtos pensados para públicos específicos. (CIETTA, 2010, p. 24)

A partir da criação do blog, a autora passou a fotografar e publicar os looks diários, acompanhados por textos que mostravam as dificuldades em deixar de consumir, mas que mostravam outras possibilidades de uso de peças antigas, valorizando a criatividade. Ela diz que assim conseguiu entender melhor o que tinha no armário e seu próprio estilo de moda. Jojosempre gostou de escrever e expor suas ideias, e isto acabou se tornando algo importante no processo.

Sobre ter voluntariamente decidido deixar de consumir roupas por um ano, e ainda exposto este objetivo em público, Jojo reflete que esta decisão está relacionada ao fato de não lidar bem com privações, pois precisava de algo radical. Da mesma maneira, a longa duração estabelecida deveria ser suficiente para mudar seu comportamento e refletir sobre o que o consumo compulsivo significava para sua vida. Além disso, a decisão de transpor seus dilemas pessoais a um âmbito público também reforçava a vigilância em torno da meta.

Então no início a ideia de que ele fosse público para que os meus familiares e os meus amigos pudessem me cobrar, mas a emenda saiu muito melhor do que o soneto porque no final das contas eu tinha o Brasil me vigiando. Eu tinha literalmente gente me twittando na fila da Zara quando eu estava comprando presente de amigo oculto. Então acho que o formato, esse autoflagelo proposto, ele foi criado na medida pra ele ser efetivo. (MOURA, 2017)

Esta combinação de dificuldade, desafio e superação na ágora contemporânea da internet, se mostrou uma jornada naturalmente atraente e gerou grande repercussão quase que imediatamente. Como disse Henry Jenkins, em texto contemporâneo aos fatos aqui narrados

No mundo da convergência das mídias, toda história importante é contada, toda marca é vendida e todo consumidor é cortejado por múltiplas plataformas de mídia. (...) A circulação de conteúdos depende fortemente da participação ativa dos consumidores. (...) Cada um de nós constrói a própria mitologia pessoal, a partir de pedaços e fragmentos de informações extraídos do fluxo midiático e transformados em recursos através dos quais compreendemos nossa vida cotidiana. (2009, pp. 29-30)

E mesmo hoje, depois de muito tempo decorrido desde o primeiro ano, a criadora do blog continua ativa na internet, conciliando seu trabalho como publicitária com a ampliação de suas plataformas na internet para outros canais (Instagram, Facebook, YouTube, Snapchat...). Além disso, aborda novos temas e olhares sobre o consumo em geral, que

refletem mudanças que ocorreram também em sua vida pessoal e na sua relação com o consumo. É, como nos ensina Clotilde Perez:

No âmbito digital as redes sociais representam a soma de uma série de semânticas que simbolizam o encontro entre os comportamentos individual e coletivo. (...) O homem se produz, prioritariamente, por meio de exercícios cotidianos com as coisas e com outros homens, colocando as relações com a comunicação enquanto uma consequência e, não, causa da criação de identidades. (com BAIRON, 2014, p. 220)

REPERCUSSÃO, INTERAÇÃO E IDENTIFICAÇÃO

Cerca de um mês após a primeira postagem, Jojo percebeu o alcance de suas publicações, que chamaram a atenção da grande mídia. Ainda no primeiro mês de existênciado blog, ele foi objeto de uma matéria no programa Fantástico da TV Globo. Mesmo sem mencionar o nome do blog, a aparição na televisão fez com que ele fosse conhecido, gerou buscas na Internet e outras matérias com veículos, fazendo com que ela ganhasse muita visibilidade e novos seguidores.


Foi o dia [da matéria do Fantástico] que realmente as pessoas descobriram que tinha alguém falando sobre uma coisa que estava incomodando elas muito, acho que foi o zeitgeist ali, todo mundo já estava sofrendo com o problema e quando eles se deram conta que tinha alguém... Era o tipo de problema que todo mundo passava ninguém falava, então quando as pessoas perceberam que tinha alguém falando sobre o assunto de uma maneira aberta e propondo uma solução bem radical, as pessoas tiveram a curiosidade de ver porque já era uma coisa que estava incomodando. (MOURA, 2017)

Depois dessa primeira aparição na televisão, Jojo começou a receber mensagens de muitas mulheres que se identificaram com a sua história. Foi então que ela percebeu que seu problema era algo compartilhado por muitas pessoas, que não viam uma solução para ele.

A interação também foi importante para que Jojo mantivesse seu interesse pelo blog. Para não cair na rotina, ela passou a se inspirar em outras pessoas ou personalidades para conseguir ver suas próprias roupas de outra maneira, exercitando sua criatividade. Esta inspiração ajudou a fazer com que o conjunto limitado de roupas pudesse ser utilizado de novas maneiras, como uma fantasia baseada em filmes, músicas e em outras épocas.

Pensar em novas formas de usar suas roupas fez com que ela refletisse sobre a maneira como as lojas expõem e vendem as peças numa determinada composição, num manequim com a produção completa:

Eu entendi muito a perversidade de você colocar um look no manequim de uma loja, porque você tá vendendo uma composição, você tá tirando da pessoa a oportunidade dela de explorar aquela peça de outras formas, você tá dando um produto pronto para ela. Quando você vende uma saia você tá obrigando a pessoa a olhar pra dentro do armário dela e ela usar a criatividade dela e criar os looks com aquela saia. Quando você vende uma saia em um manequim, você tá vendendo pra ela já a



receita de como usar aquela saia. Então eu tive que me desvencilhar de todas as receitas que eu tinha comprado de como usar aquelas peças e criar novas receitas e foi por isso que surgiram os desafios. (MOURA, 2017)

A criação de conteúdo foi um desafio também para chamar a atenção para uma vida comum, baseada na rotina entre trabalho e casa. Uma ideia bem-sucedida foi realizar semanas temáticas, inicialmente utilizando a mesma peça de roupa em diferentes composições durante uma semana inteira. Ela começou também a pedir sugestões para as pessoas e gostou da recepção do público, num diálogo que trouxe o estímulo de convidar outras pessoas a participarem de um desafio que anteriormente era algo pessoal.

O desafio durou um ano e, segundo Jojo, foi mais fácil de administrar este período do que ela imaginava. Ela não se sentiu vigiada, como pensou inicialmente, mas apoiada por pessoas que torciam por ela e que a motivaram a seguir em frente, como se fosse um desafio coletivo. Este entendimento da questão como algo que não era individual fez com que ela se sentisse mais aliviada pela solidariedade gerada.

Acho que eu me sentia muito sozinha no início, até foi bem difícil contar pra minha família que eu passava por aquela situação, que eu devia dinheiro no banco, era uma fonte de vergonha e a partir do momento que eu joguei aquilo na internet eu entendi que muita gente passava pela mesma situação, aquele problema se tornou mais fácil de digerir. (MOURA, 2017)

Na trajetória inicial do blog e de sua autora, destacamos que a visão do consumo como parte importante do processo de identidade e socialização nem sempre esteve presente nos estudos sobre o tema. É preciso compreender o que existe além do processo racional e entendê-lo como um mecanismo social complexo:

Na sociedade contemporânea, consumo é ao mesmo tempo um processo social que diz respeito a múltiplas formas de provisão de bens e serviços e a diferentes formas de acesso a esses mesmos bens e serviços; um mecanismo social percebido pelas ciências sociais como produtor de sentido e de identidades, independentemente da aquisição de um bem; uma estratégia utilizada no cotidiano pelos mais diferentes grupos sociais para definir diversas situações em termos de direitos, estilo de vida e identidades; e uma categoria central na definição da sociedade contemporânea. (BARBOSA & CAMPBELL, 2006, p.26).

Esta produção de sentido passa pela expressão do indivíduo nas redes digitais, como ocorreu com Jojo. O indivíduo passa a produzir e propagar conteúdos sobre seu cotidiano, muitas vezes baseado nas práticas de consumo. Dessa maneira, ela recebeu reconhecimentos e comentários sobre seus problemas e caminhos encontrados para lidar melhor com o consumo de moda.

HOJE: CONSUMIR COM MATURIDADE

Ao longo do primeiro ano do blog, já era evidente que o canal tinha se tornado também uma ampliação da vida pessoal da autora, com grande curiosidade por parte das leitoras sobre sua vida pessoal, em acompanhar seu cotidiano. Sobre o assunto, ela comenta que tem cuidados especiais para preservar sua família e seus amigos.

Com o fim do primeiro ano e dos 366 dias do desafio (o ano de 2012 foi bissexto), era preciso entender qual seria sua função a partir daquele momento, já que ela poderia voltar a consumir. Por isso, ela passou a mostrar sua volta às compras, seu novo jeito de consumir, com outro olhar. Inicialmente, a perspectiva era exclusivamente financeira, com foco no preço e em compras de oportunidade. Entretanto, esta visão foi sendo alterada:

Ao longo do tempo eu consegui amadurecer e entender que existe uma história por trás das roupas, que elas carregam outros significados e elas não servem só para um propósito individual meu. Isso foi mudando muito a maneira como eu me relaciono com a moda de uma forma geral, entendendo que as roupas têm um impacto, que meu consumo não tem só um impacto financeiro na minha vida, tem um impacto no planeta, tem um impacto na vida de outras pessoas que estão envolvidas com o processo de produção. (MOURA, 2017)

Esta abordagem do consumo de forma mais ampla, levando em consideração aspectos como os impactos sociais e ambientais da produção de moda, foi construída ao longo do tempo, com sua aproximação diária com o assunto a partir do blog. Interagir com outras pessoas influentes neste universo e ter contato com marcas em função de sua atuação na internet fez com que ela pudesse compreender que o desafio proposto tinha aspectos importantes do ponto de vista da sustentabilidade, uma discussão relevante, cuja dimensão era muito maior do que ela inicialmente tinha se dado conta.

Descobri coisas sobre a cadeia de consumo me aproximando de certas marcas, que até olhavam pra mim e entendiam no meu discurso um ponto de vista de sustentabilidade que eu não tinha, e me fizeram entrar em contato com uma realidade que eu não tinha percebido, que eu não entendia muito e me fizeram ter que estudar mais sobre isso e ter uma opinião formada sobre isso. (MOURA, 2017)

Jojo percebe, portanto, que hoje tem uma relação com a moda mais madura em relação ao início do blog, e se vê como uma consumidora mais consciente e menos individualista, que entende o consumo consciente por seu impacto coletivo e de longo prazo.

Atualmente, Jojo continua a escrever sobre sua nova relação com o consumo. Ela toma cuidado para que seus posts não incentivem e estimulem a compra por impulso pelos leitores, algo difícil em função da própria dinâmica das redes sociais. Para minimizar este efeito

colateral de seus posts, ela foca na versatilidade da peça, mostrando usos de maneiras diferentes.


Teve um post que eu falei sobre... Era um look inteiro com lições sobre o consumo consciente, então era a saia que foi comprada por uma estilista iniciante e que fazia tudo a mão, a blusa foi comprada no brechó, o outro negócio foi comprado em uma loja de segunda mão, enfim, eram todos com lições que você podia tirar daquele look pra consumir de uma forma mais consciente, então esses posts pra mim são os mais interessantes hoje, que acabam fazendo as pessoas pensarem sobre a maneira que elas consomem, ou a maneira que elas se vestem ou a maneira que elas se relacionam com o que elas já têm. (MOURA, 2017)

O entendimento da influência que seus posts podem ter sobre os leitores faz com que exista uma reflexão sobre a responsabilidade na atividade de blogueira, ou seja, de alguém que expressa suas opiniões de forma pública. No entanto, ela rejeita o rótulo de influenciadora digital, pois não se considera mais ou menos influente que qualquer outra pessoa. Entretanto, reconhece que há diferenças na escala, ou seja, no alcance da influência. Por outro lado, reforça que se preocupa com a qualidade da influência que pode gerar, seja para qual for a quantidade de pessoas.

Além disso, em função da experiência adquirida com o blog, ela desenvolve trabalhos como consultora para empresas de moda, aliando sua experiência na área, somada a sua atuação em publicidade e comunicação. Este trabalho não envolve necessariamente conteúdo desenvolvido para ser publicado no seu blog, o que é valorizado por Jojo, que não gosta de pensar na sua atuação digital como uma fonte de renda para preservarsua liberdade de expressão. Isso, segundo ela, faz com que possa evitar associações com marcas que não têm crenças parecidas com as dela e de sua audiência.

Um exemplo do seu trabalho como consultora é o desenvolvido para uma rede de *fast-fashion* do Rio de Janeiro, na qual Jojo aconselha a rede sobre assuntos atuais, como diversidade de tipos físicos, pensando em coleções como as direcionadas para as mulheres *plus size*, adaptando tendências de moda para esse público.

Mesmo com estas atividades direcionadas à moda, ela ainda se vê como uma publicitária, mesmo que também não concorde com esta nomenclatura, em função da amplitude que o trabalho de comunicação mercadológica ganhou hoje. Entretanto, mesmo na sua atuação como publicitária, ela percebe que adota uma posição mais crítica com relação às marcas em função do seu conhecimento de moda. Mesmo assim, valoriza a publicidade relacionada a temas sociais como uma maneira de acelerar mudanças culturais.



Para exemplificar seu ceticismo, ela menciona campanhas publicitárias de marcas de *fast-fashion* (mas não só deste setor) que estimulam, por exemplo, atitudes sustentáveis, como a reciclagem de roupas.

Eu consigo entender que aquilo não é o DNA da marca, que é uma reação a uma tendência que é o consumidor está pressionando, e eu consigo entender que aquilo é um percentual ínfimo do investimento daquela marca em publicidade e aí a gente começa entrar em assuntos como greenwashing, que é uma coisa que o consumidor, o cidadão médio ele não chega a ter contato porque as pessoas não têm tempo de ficar entrando tão a fundo nas marcas que elas estão consumindo. (MOURA, 2017)

Esta visão crítica se aplica também a suas práticas de consumo, que passou por um processo de conscientização e maturidade. Ela valoriza cada vez mais os valores da marca que consome, principalmente do ponto de vista do trabalho social e ambiental. Isto a leva a discorrer sobre a importância da educação para o consumo e sua relação com a cidadania, destacando o impacto das decisões de consumo individuais.

Sobre as afirmações da entrevistada, avaliando todo o processo e experiência dos últimos anos com o blog, percebemos também o consumo como uma prática cultural inserida num contexto pessoal e social que também pode ser alterado ao longo do tempo. Recentemente, Jojo se tornou mãe, compartilhando sua jornada durante a gravidez nas redes sociais, com a inserção de novas perspectivas sobre o consumo consciente de moda, inclusive durante a gestação, refletindo transformações na sua vida. Do ponto de vista social, certamente, vivenciamos discussões que trouxeram questões adicionais ao universo da moda, tanto no sistema de produção quanto no consumo.

ENCERRANDO O ASSUNTO (AO MENOS POR ENQUANTO)

A naturalização do consumo e sua transversalidade nas sociedades contemporâneas têm moldado o comportamento e a visão de mundo das pessoas. Se Lipovetsky, em seu fundamental *O império do efêmero* (1989), definiu o consumo a partir de três pilares básicos – a expressão de uma individualidade social, o culto a um prazer estético e a necessidade de uma renovação acelerada –, o que temos hoje como base da sociedade é um indivíduo moldado precisamente por essa lógica. Um indivíduo atomizado, autocentrado e individualista, que já não reconhece mais o valor das instituições públicas, comprometido apenas com o próprio deleite, cada vez menos capaz de valorizar o esforço ou o sacrifício em função do outro ou do todo, que se compromete somente a partir de critérios estéticos e se manifesta apenas no plano da expressão, deixando de lado a ação efetiva, que se enfada quase que instantaneamente com qualquer coisa, que muda de ideia ou de rumo em questão de segundos.

Chega a hora em que todas as esferas da vida social e individual são, de uma maneira ou de outra, reorganizadas de acordo com os princípios da ordem consumista. (...) A figura do consumidor é observada em todos os níveis da vida social, imiscui-se em toda parte, em todos os domínios, sejam econômicos ou não: ela se apresenta como o espelho perfeito no qual se decifra a nova sociedade dos indivíduos. (LIPOVETSKY, 2007, p. 128)

A história de Jojo, do seu blog, da sua relação com o consumo e do seu ano distante das compras é fascinante em pelo menos dois sentidos. Em um plano mais concreto, porque mostra as astutas e mediatizadas estratégias de uma publicitária para se libertar das amarras simbólicas e financeiras em que se tinha metido. Como num jejum - num YomKipur alongado ou numa eterna sexta-feira da Quaresma -, privando-se, em vez do alimento, das compras, talvez concretizando à vista de todos a transformação do *Homo religiosus* em *Homo consumericus* (LIPOVETSKY, 2007, p. 133), ela buscou no sacrifício (público, exposto em ágora digital) a purificação de seus pecados. Quem sabe se não foi em nome dos que pelo consumo já morreram – endividados suicidas, escravos contemporâneos soterrados em fábricas desabadas, bichos e plantas contaminados pelos resíduos dos curtumes e das tecelagens – que Jojo ficou um ano sem consumir, cumprindo uma ritualística toda humana de se entregar deliberadamente ao sofrimento para alcançar sentidos supostamente mais elevados?

Mas a história de nossa personagem também é interessante por fazer aflorar metafórica e metonimicamente – ou seja, representando uma visão de mundo e uma forma de agir tão preponderante em nossos dias – uma série de possibilidades de reflexão com relação ao consumo. Daí que não se possa ignorar o fato de que a publicidade, como discurso primeiro das marcas e do consumo, tem papel central na construção, na conformação e na valorização desse indivíduo contemporâneo.

Em cada anúncio vendem-se, significativamente, mais estilos de vida, visões de mundo, sensações, emoções, relações humanas, sistemas de classificação do que os bens de consumo efetivamente anunciados. Produtos e serviços são vendidos para quem pode comprar; os anúncios, entretanto, são vendidos indistintamente. (ROCHA, 2006, p. 16)

Donde convém questionar que papel, responsabilidade e compromisso devem(os) ter os publicitários – professores, pesquisadores e profissionais de mercado – diante dessa realidade.

REFERÊNCIAS

BAUMAN, Zygmunt. **Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadoria**. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

BAUDRILLARD, Jean. **A sociedade de consumo**. Lisboa: Edições 70, 2010.

BARBOSA, Livia; CAMPBELL, Colin. O estudo do consumo nas ciências sociais contemporâneas. In: BARBOSA, Livia; CAMPBELL, Colin. (Org.) **Cultura, consumo e identidade**. Rio de Janeiro: FGV, 2006.

CANEVACCI, Massimo. O fetichismo metodológico tem o poder de mesclar os dois clássicos elementos da filosofia ocidental: sujeito e objeto. **Matrizes**, São Paulo, ano 7 - n. 1, p.169-178, jan-jun. 2013.

CIETTA, Enrico. **A revolução do fast-fashion**: estratégias e modelos organizativos para competir nas indústrias híbridas. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2010.

DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

DOUGLAS, Mary; ISHERWOOD, Baron. **O mundo dos bens**: para uma antropologia do consumo. 3. ed. Rio de Janeiro: UFRJ, 2009.

INDITEX. Disponível em: <https://www.inditex.com/em/about-us/who-we-are>. Acesso em 24/11/2018.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.

KINSELLA, Sophie. **Os delírios de consumo de Becky Bloom**. São Paulo: Record, 2009.

LIPOVETSKY, Gilles. **Felicidade paradoxal**. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

_____. **O império do efêmero**. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

MCCRACKEN, Grant. **Cultura & consumo**: novas abordagens ao caráter simbólico dos bens e das atividades de consumo. Rio de Janeiro: Mauad, 2003.

MOURA, Joanna. **Entrevista concedida aos autores**. São Paulo, 21 de novembro de 2017.

PEREZ, Clotilde; BAIRON, Sergio. Redes sociais digitais & publicidade. In: ATEM, Guilherme; OLIVEIRA, Thaianie; AZEVEDO, Sandro. (Org.) **Ciberpublicidade**: discurso, experiência e consumo na cultura transmidiática. Rio de Janeiro: E-papers, 2014.

POMPEU, Bruno. **Semiopublicidade**: inovação no ensino. Curitiba: Appris, 2018.

ROCHA, Everardo. **Representações do consumo**: estudos sobre as narrativas publicitárias. Rio de Janeiro: MAUAD, 2006.

SANTAELLA, Lucia; NOTH, Winfred. **Estratégias semióticas da publicidade**. São Paulo: Cengage, 2010.

SILVA, Ana Beatriz Barbosa. **Mentes consumistas**: do consumo à compulsão por compras. São Paulo: Principium, 2014.

TRINDADE, Eneus. Alcance de sentidos dos termos publicidade e propaganda em contextos de mediação. In: PEREZ, Clotilde; TRINDADE, Eneus. (Org.). Por uma publicidade livre sempre. São Paulo: INMOD/ABP2/PPGCOM-ECA-USP, 2013, p.48-54.

UM ANO SEM ZARA. Disponível em: <https://uasz.com.br/> Acesso em: 08 de junho de 2019.

CAPÍTULO 9

GERAÇÃO X E Y: DIFERENÇAS ENTRE O USO DOS RECURSOS TECNOLÓGICOS

DOI 10.47402/ed.ep.c202019339759

Atos de Lima Ribeiro, Discente de Graduação, UNICENTRO/Pr

Cláudio Luiz Chiusoli, Docente de Graduação, UNICENTRO/Pr

RESUMO


É necessário entender a interação das gerações em relação à tecnologia, haja vista que a geração Y é vista como a geração “nativa digital”. Este trabalho apresenta as características das gerações X e Y, já que a geração X é nascida entre as décadas de 60 e 70, e a geração Y corresponde às pessoas nascidas a partir década de 80. O objetivo do estudo é realizar um comparativo entre a geração X e Y, se há diferença entre o uso de recursos tecnológicos. Quanto ao aspecto metodológico, além da revisão bibliográfica, foi aplicado um questionário com 100 entrevistas mediante amostragem não probabilística com entrevistas pessoais. Para isso foi aplicado o teste Qui Quadrado para testar a hipótese se possuem comportamentos iguais ou não. Como principais achados foi possível perceber diferenças no uso dos recursos tecnológicos para as variáveis pesquisadas, como em relação ao acesso à internet, em que 24,8% da geração X não acessa à internet, enquanto o índice da geração Y é de 1,8%. O acesso à internet se dá pelo celular, por 46,6% da geração X, enquanto que o índice da geração Y é de 72,7%, e 87,8% deles preferem aparelhos modernos, enquanto o índice é de 44,4% na geração X.

Palavras-chave: Internet. Tecnologia. Geração X e Y.

INTRODUÇÃO

O desenvolvimento tecnológico acontecido nas últimas décadas e que ainda continua faz com que a vida das pessoas seja totalmente afetada por este processo. Diferentes produtos surgindo, mudando a maneira de como as coisas são feitas e facilitando cada vez mais a vida das pessoas. Diante disto, surgem estudos sobre as diferentes gerações, que buscam descrever e entender como cada geração interage com o meio tecnológico e como a mudança acontecida afeta o contexto da vida como um todo.

Atualmente, são quatro as gerações que trabalham e convivem simultaneamente: os chamados Baby Boomers, nascidos entre 1945 e 1965, a geração X, nascidos entre a década de 60 e 70, a geração Y, nascidos na década de 80 até meados dos anos 90, e a geração Z (ZOMER; COSTA, 2018).



O contexto histórico pelo qual cada geração passa é diferente, cada um tem sua particularidade. Os membros da geração X entraram no mercado de trabalho em épocas totalmente diferentes dos membros da geração Y, e acabam dividindo o mesmo ambiente organizacional (BOTELHO *et al.*, 2017).

A geração Y, conhecida como “Geração da Internet”, ligada à tecnologia e adepta das novas mídias (nascidos a partir de 1980), esta geração foi a primeira que cresceu imersa em um mundo tecnológico e, por isso, as mudanças acontecidas não assustam esta geração, diferente das outras gerações que foram inseridas na transição tecnológica (BOTELHO *et al.*, 2017). E a geração X, nascida a partir do Baby Boomers, durante o período de guerra fria, é composta pelas pessoas nascidas entre os anos de 1960 a 1982, passaram por momentos de incertezas quanto ao futuro, devido ao período que vivenciaram, como, por exemplo, as ameaças da ditadura militar no Brasil (JORDÃO, 2016). Tal definição das gerações X e Y entende-se ser a justificativa do estudo para compreender possíveis diferenças de comportamentos quanto ao uso de tecnologias.

Assim a questão problema norteadora do estudo é: há diferenças de comportamento entre as gerações X e Y quanto ao uso dos recursos tecnológicos?


Diante disto, o objetivo deste trabalho é fazer um comparativo entre as gerações X e Y quanto ao uso dos recursos tecnológicos. Como objetivos específicos, pretende-se identificar: i) a motivação de consumo; ii) levantar o nível de aceitação na compra de produtos e serviços tecnológicos; iii) levantar os recursos mais utilizados por estas gerações; iv) levantar os principais produtos e serviços adquiridos e; v) levantar os motivos de escolha destes produtos.

REFERENCIAL TEÓRICO

Geração X

São pertencentes à geração X as pessoas nascidas entre os anos de 1965 a 1977; as pessoas desta geração vivenciaram um momento de mudança na relação familiar, com os pais trabalhando fora de casa, tendo dificuldade de impor limites nos filhos (COMAZZETTO *et al.*, 2016).

É caracterizada como uma geração construída em um momento de incertezas e grandes mudanças sociais, como, por exemplo, a entrada da mulher no mercado de trabalho; este fato gerou um declínio na taxa de natalidade pelo aumento da preocupação da mulher com a vida profissional (SEVERO *et al.*, 2017).



O contexto histórico no qual os pertencentes da geração X cresceram era totalmente diferente do contexto da geração Y. O clima era pouco favorável devido aos eventos que aconteciam e afetavam negativamente a vida das pessoas, como o golpe militar, tendo o direito de expressão limitado e pouco acesso à formação profissional (MATTOS *et al.*, 2011).

No contexto brasileiro, as pessoas pertencentes a esta geração nasceram em uma época de instabilidade na moeda nacional, vários planos econômicos foram desenvolvidos com a finalidade de conter a inflação, por conta disto, estas pessoas são caracterizadas pela busca contínua da estabilidade financeira (PENA; MARTINS, 2015).

Para Mattos *et al* (2011), no contexto profissional, “São profissionais que dão ênfase à segurança do emprego e, muitas vezes, para garanti-lo, acabaram deixando de lado a qualidade de vida e a convivência no grupo familiar”. Preferem dar ênfase à estabilidade no emprego e à segurança, não arriscando em novas oportunidades por medo de ficar desempregado; pelo fato de se preocuparem muito com a permanência no trabalho, acabam afetando até mesmo sua qualidade de vida e convivência com a família.


Uma diferença desta geração para os seus pais é o fato de buscarem manter um equilíbrio entre a vida pessoal e o trabalho, sendo assim, valorizavam a flexibilidade e um ambiente de trabalho mais satisfatório (REIS, *et al*, 2013).

Por não ser muito apegada a regras, uma das características desta geração é não trabalhar por status ou somente por dinheiro, priorizando o trabalho com liberdade e flexibilidade (BASTOS, *online*, 2012).

Os profissionais desta geração não são demasiadamente apegados em cargos ou empregos, portanto, para atender seus objetivos, são abertos a mudanças de carreira (PENA; MARTINS, 2015).

Algumas das características desta geração é o ceticismo, individualismo, tolerância, independência e o vício no trabalho (FANTINI; SOUZA, 2015).

Quando as pessoas da geração X entraram no mercado de trabalho, houve uma mudança nos relacionamentos, que acabaram por se tornar mais informais. Estes acreditavam que não deveriam dispendir todo o seu esforço na empresa, tinham como objetivo a permanência na organização somente enquanto o ambiente de trabalho fosse agradável, tendo uma postura de lealdade somente com os seus colegas e consigo mesmo, e não com a chefia (BORTOLUZZI; BACK; OLEA, 2016).



Por outro lado, a geração Y vivenciou um momento bem diferente, crescendo interligada com a tecnologia, conectada com o mundo digital. Suas características e comportamento são diferentes da geração X, por conta disso faz-se o comparativo entre ambas.

Geração Y

Pertence à geração Y as pessoas nascidas a partir de 1978. Por terem nascido em uma época de grandes avanços tecnológicos e desenvolvimento de vários produtos que facilitaram a vida das pessoas, certamente suas características, tanto ideias quanto comportamentos, foram influenciadas por estes eventos (COMAZZETTO *et al.*, 2016).


Estes meios tecnológicos permitiram a estes jovens experimentarem outros tipos de relações com as pessoas, como, por exemplo, o fato de poderem conhecer muitas pessoas sem sair de casa, pois aprenderam a ficar interligados com o mundo e se comunicar muito facilmente, apenas sentados em frente a um computador (NACONECZNY; SANTOS; BAGGIO, 2015).

Esta mudança comportamental pode ser evidenciada em outros ambientes, inclusive num contexto do mercado de trabalho. No contexto profissional, os jovens da geração Y estão em constante busca por conhecimentos técnicos e capacitação profissional. Conseguem facilmente desempenhar várias funções ao mesmo tempo e têm um comportamento considerado ambicioso (MATTOS *et al.*, 2011). Com um propósito de buscar incessantemente a satisfação pessoal, estes jovens chegam às organizações e acabam mudando a dinâmica dos processos, as normas e as relações entre os colaboradores (PENA; MARTINS, 2015).

Além da faixa etária, a geração Y é definida por um conjunto de comportamentos que são associados a mudanças rápidas, facilidade ao acesso à informação, interatividade e compreensão do mundo (OLIVEIRA; PICCININI; BITENCOURT, 2012).

Apesar de terem nascido em uma época marcada pelo desenvolvimento de tecnologias, as pessoas desta geração, diferentemente dos membros da geração X, não vivenciaram rupturas sociais significativas (PENA; MARTINS, 2015).

Devido ao seu contado muito precoce com os meios tecnológicos, conseguem utilizar-se destes meios tanto no ambiente de trabalho quanto no pessoal, pois esta interação faz parte de sua rotina, tornando-os despojados, audaciosos e flexíveis (MATTOS *et al.*, 2011).



Vivem em um ritmo acelerado, privilegiam o resultado e, por vezes, não consideram o caminho que deverá ser percorrido para atingi-lo. Visam à rapidez de um processo, no entanto, priorizam a autorrealização profissional, pois caso não se sintam realizados, buscam novas oportunidades (MATTOS *et al.*, 2011).

A cada nova tecnologia que surge, exige-se dos consumidores um tempo de adaptação e aprendizado em relação à inovação. Com o tempo e a convivência, alguns produtos passam a fazer parte do cotidiano das pessoas, outras não sobrevivem às fortes expectativas e exigências dos consumidores pós-modernos, e grandes inovações vêm acompanhadas de grandes expectativas (VALENTE, 1993).


A priori, o marketing desenvolvido no entorno de produtos tecnológicos foca primeiramente no quesito inovação, o que gera grandes expectativas; após o esclarecimento chega-se ao entendimento ou à desilusão, e é neste momento que os produtos chegam à maturidade. O que vale ressaltar é o fato de os indivíduos da geração Y terem nascido na era “tecno-informacional”, o que os torna “nativos digitais”. Isso tem impacto em seu comportamento: os jovens dessa geração são muito mais abertos, por exemplo, às mudanças e à discussão/ incorporação de novas informações, de novas tecnologias e de diferentes plataformas sociais (MORAN *et al.*, 2006).

Por todas essas características e por estarem cada vez mais presentes no mercado de trabalho, estudos sobre a geração Y e sua relação com as demais gerações vêm ocupando posição de destaque nas discussões sociológicas. O que se verifica ainda é o reforço de estereótipos, por se fazer comparações com gerações anteriores, como se essas sempre tendessem a ser melhores do que as novas gerações.

Disseminam-se, então, afirmações de que esses jovens são ambiciosos, exigentes, críticos e ávidos por obter posições de liderança o mais cedo possível. É frequente também o estigma de que os jovens da geração Y buscam qualidade de vida acima de tudo e que não têm lealdade pelas empresas onde trabalham e nem o comprometimento necessário para assumir cargos de liderança; por isso, o trabalho se justifica em compreender as diferenças dessas gerações.

METODOLOGIA DA PESQUISA

A pesquisa foi de caráter quantitativo, a qual, segundo Malhotra (2001), procura quantificar os dados e aplicar alguma forma de análise estatística. De caráter exploratório, que tem como objetivo proporcionar maior familiaridade com o problema (GIL, 2017), além de



levantamento bibliográfico, que é um meio de formação por excelência, o qual constitui geralmente o primeiro passo de qualquer pesquisa científica, acerca do tema e outros que possibilitem sua compreensão (CERVO; BERVIAN, 1996).

Segundo Rampazzo (2005), a pesquisa bibliográfica tem a finalidade de ampliar o conhecimento na área, de dominar o conhecimento para depois utilizá-lo como modelo teórico que dará sustentação a outros problemas de pesquisa e para descrever e sistematizar o estado da arte na área estudada.

Para realização do trabalho foi elaborado um questionário com perguntas objetivas, as quais foram 7 variáveis: perfil, como faixa etária; gênero; onde costuma acessar a internet; qual o principal meio de acesso; qual a preferência de acesso entre celular, notebook ou computador; entre um celular moderno ou tradicional, qual o preferido; se tem acesso a rede social; como prefere pagar as contas de casa; e qual a preferência de compras, entre comprar on-line ou ir até a loja.

A coleta de dados foi realizada por meio de entrevista pessoal com a população que tem o perfil de geração X e Y. Quanto à amostra, foi utilizada amostragem não probabilística, aquela em que a seleção dos elementos da população para compor a amostra depende ao menos em parte do julgamento do pesquisador ou do entrevistador no campo (MATTAR, 2005), por conveniência mediante procedência de dados primários em um total de 100 entrevistas.

Foi realizado um estudo de corte transversal, os dados têm procedência em um período de tempo, baseado em uma amostra escolhida para delinear uma população nesse determinado momento (RICHARDSON et al, 1999).

Após a coleta, os dados foram tabulados utilizando-se o Excel, através da tabela dinâmica, os quais foram cruzados conforme as gerações.

A análise dos dados consistiu em análises univariadas e bivariadas com base em frequências absolutas e relativas. As medidas de associação foram testadas por meio do teste não paramétrico, o Qui-Quadrado (SIEGEL E CASTELLAN, 2017), cuja hipótese da pesquisa é:

H0: Não há diferença significativa entre as gerações X e Y quanto ao comportamento de uso em relação aos recursos tecnológicos.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Os resultados foram os seguintes, em um total de 100 pessoas, os quais foram aplicados os questionários, 45% são da geração X, e 55% são da geração Y. Considerando ambas as gerações, 46% são mulheres, e 54% são homens. Na geração Y, a grande maioria acessa a internet em casa, sendo um total de 76,3%. Na geração X, esse número diminui, sendo que 53,3% acessam em casa, e 24,4% não têm acesso à internet; na geração Y, apenas 1,8% não têm acesso. Em relação ao acesso à internet no local de trabalho, as gerações X e Y, acessam respectivamente 20,0% e 18,1% (Quadro 1).

Quadro 1 - Onde costuma acessar a internet

Local de Acesso	Geração x	Geração y	Total
Casa	53,3%	76,4%	66,0%
Trabalho	20,0%	18,2%	19,0%
Não acessa	24,4%	1,8%	12,0%
Passeando	2,2%	3,64%	3,0%
Total	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: Pesquisa (2017)

Nestes dados, já pode-se notar algumas diferenças entre a aceitação das tecnologias por parte das diferentes gerações. Esta é uma informação importante, pois quanto mais pessoas, de uma determinada geração, acessam a internet, mais produtos destinados a estes podem ser vendidos.

Quadro 2 - Principal de meio de acesso à internet

Meio de Acesso	Geração x	Geração y	Total
Celular	46,6%	72,7%	61,0%
Notebook	13,3%	20,0%	17,0%
Não Acessa	24,4%	1,8%	12,0%
Computador	15,5%	5,4%	10,0%
Total	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: Pesquisa (2017)

Conforme o Quadro 2, o principal meio de acesso à internet, não levando em conta a preferência, predominou o uso do celular, sendo que na geração X foi de 46,7%, e 72,7% para a Y; para a geração X, em segunda alternativa de uso, tem-se o uso do computador, com 15,6%, já na geração Y, como segunda alternativa de uso ficou o notebook, com 20,0%.

Quadro 3 - Qual o meio de acesso preferido

Preferência de Uso	Geração x	Geração y	Total
Celular	71,1%	69,1%	70,0%
Notebook	13,3%	29,1%	22,0%
Computador	15,6%	1,8%	8,0%
Total	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: Pesquisa (2017)

Levando em conta o meio preferido de acesso à internet, na geração X, faz-se mais o uso do celular, 71,1%, (Quadro 3), porém tem-se a preferência por um celular mais tradicional, ou seja, aqueles sem muitos recursos tecnológicos; 55,5% preferem um celular tradicional.

Na geração Y, a preferência de uso também é do celular, mas com um percentual menor em relação à geração X, sendo de 69,0%; porém, 87,3%, dos respondentes da geração Y preferem um celular moderno (Quadro 4). Nota-se aí uma diferença entre opções de consumo entre as duas gerações. Por este dado, pode-se dizer que o que motiva a compra de um celular por parte dos membros da geração Y é o nível tecnológico do aparelho. Já a geração X se contenta com funções básicas do aparelho, não havendo tanta necessidade de um aparelho com muitos recursos tecnológicos.

Quadro 4 - Preferência por celular moderno ou tradicional

Tipo de Celular	Geração x	Geração y	Total
Moderno	44,4%	87,8%	68,0%
Tradicional	55,6%	12,7%	32,0%
Total	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: Pesquisa (2017)

Em relação ao uso de redes sociais, na geração X, 68,8% das pessoas têm acesso, e na geração Y, 94,5%, o que mostra que os pertencentes da geração Y têm uma participação maior no que diz respeito à utilização de mídias sociais. (Quadro 5).

Quadro 5 - Acesso à rede social

Acessa Alguma Rede Social	Geração x	Geração y	Total
Sim	68,9%	94,6%	83,0%
Não	31,1%	5,5%	17,0%
Total	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: Pesquisa (2017)

Este dado mostra, também, realmente a interação que as pessoas das duas gerações têm com a internet, pois, por meio das redes sociais as pessoas interagem, conhecem pessoas,

conhecem produtos que são oferecidos por anúncios. E, mais uma vez, os membros da geração Y mostraram-se mais adaptados a esta interação.

Conforme o Quadro 6, para os pagamentos de contas, o principal meio utilizado foi o caixa do banco, com 80,0% para a geração X, e 58,1% para a Y; já para a efetuação de compra (Quadro 7), na geração X, 86,6% preferem ir até a loja, e na Y, 65,4% têm essa preferência. 34,5% da geração Y preferem comprar via internet.

Quadro 6 - Preferência para pagamento de contas

Pagar as Contas	Geração x	Geração y	Total
No caixa do banco	80,0%	58,9%	68,0%
Caixa eletrônico	11,1%	23,6%	18,0%
Via internet	8,9%	18,2%	14,0%
Total	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: Pesquisa (2017)

O dado presente no Quadro 6 corrobora com o que foi levantado através do estudo bibliográfico e mostra que as pessoas da geração Y, por terem nascido já em contato com a tecnologia, conseguem adaptar-se melhor a novos produtos tecnológicos, substituindo as práticas mais tradicionais por novas práticas que aliam a tecnologia à melhoria na prestação de serviços.

Quadro 7 - Preferência em comprar on-line ou ir até a loja

Fazer Compras	Geração x	Geração y	Total
Ir até a loja	86,7%	65,5%	75,0%
Comprar on-line	13,3%	34,6%	25,0%
Total	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: Pesquisa (2017)

Com esses dados pode-se perceber que a geração Y tem mais interação com a internet, passando mais tempo fazendo seu uso e com aparelhos mais modernos, sendo uma geração que gosta da interação em redes sociais e sente mais segurança em fazer operações pela internet, mesmo que envolvam dinheiro, como pagar contas e comprar on-line.

No Quadro 8 pode-se ver as análises que foram realizadas a partir do teste estatístico Qui-quadrado, no qual a hipótese H0 representa que não há diferença entre as duas gerações.

Os resultados obtidos que forem abaixo de 5% consideram que se rejeita a hipótese H0 e, portanto, demonstram a diferença existente entre as gerações X e Y.

Quadro 8 - Resumo do teste estatístico não paramétrico: Qui Quadrado

	P-Valor	Teste Hipótese
Quadro 1 - Onde costuma acessar a internet	0,005**	Rejeita-se H0
Quadro 2 - Qual o principal meio de acesso	0,001**	Rejeita-se H0
Quadro 3 - Qual o meio preferido de acesso	0,013**	Rejeita-se H0
Quadro 4 - Preferência entre um celular moderno ou tradicional	0,000**	Rejeita-se H0
Quadro 5 - Possui acesso a rede social	0,001**	Rejeita-se H0
Quadro 6 - Como prefere pagar as contas de casa	0,067	Aceita-se H0
Quadro 7 - Preferência comprar on-line ou ir até a loja	0,015**	Rejeita-se H0

Fonte: Pesquisa (2017) significativa a 5% ($p < 0,05$) **

No Quadro 01, que demonstra o “principal local de acesso à internet”, como mostra o teste estatístico (p-valor: 0,005), rejeita-se a hipótese H0, a qual significa que há diferenças entre as gerações. Pelo resultado apresentado na pesquisa, observa-se que há diferença quanto aos locais de acesso à internet pela porcentagem de pessoas que não costumam acessar a internet, sendo que na geração X o número de pessoas é maior, representando 24,4%, contra 1,8% da geração Y. Outra diferença significativa que pode ser observada é que 76,3% das pessoas da geração Y preferem acessar a internet em suas casas, enquanto da geração X são 53,3%.

No Quadro 2, que demonstra o “principal meio de acesso à internet”, também rejeita-se a hipótese H0 (p-valor: 0,001), pois se observa maior diferença no uso do celular; enquanto 46,6% da geração X o tem como principal meio de acesso, na geração Y o número em porcentagem de pessoas é de 72,7%. Enquanto que no uso do computador, o número de pessoas na geração X é bem maior, 15,6% para 5,4% da geração Y.

No Quadro 3, que avalia “qual é o meio de acesso à internet preferido” entre as pessoas das diferentes gerações, o teste estatístico apresentou um p-valor: 0,013, assim, rejeita-se a hipótese H0. Nesta questão, a diferença mais evidente é o uso do computador entre os pertencentes a cada geração, sendo que 15,5% das pessoas na geração X o tem como favorito, enquanto, para a geração Y apenas 1,8% preferem o computador.

No Quadro 4, que demonstra a “preferência entre um celular moderno e celular com menos recursos tecnológicos”, o teste estatístico demonstra um p-valor: 0,000, em que se deve rejeitar a hipótese H0, ao demonstrar que as pessoas das gerações possuem preferências diferentes na utilização de aparelhos celulares, percebe-se essa diferença mais evidenciada na preferência de 55,5% da geração X por um celular com menos recursos (tradicional), enquanto 12,7% da geração Y possuem a mesma preferência.

O Quadro 5, que demonstra a porcentagem de pessoas das gerações X e Y que “possuem redes sociais”, no teste estatístico o resultado foi um p-valor: 0,001. Assim, rejeita-se a hipótese H0, essa diferença pode ser evidenciada pela porcentagem de pessoas da geração X que não possuem redes sociais, 31,1%, enquanto apenas 5,4% da geração Y não possuem redes sociais.

No Quadro 7, o qual demonstra a “preferência de compra, entre comprar on-line ou ir até a loja”, no teste Qui-quadrado, o valor de p-valor foi de 0,015, de modo que deve-se rejeitar a hipótese H0. Desta forma, há diferença significativa entre as pessoas das duas gerações, diferença que está evidenciada pela porcentagem de pessoas da geração Y, 34,5%, que preferem comprar online em comparação com a geração X, 13,3%.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Considerando o objetivo do estudo, que foi realizar um comparativo entre as gerações X e Y quanto ao uso dos recursos tecnológicos, entende-se que foi alcançado, haja vista que se pode notar algumas tendências de uso da tecnologia nas diferentes gerações, como a geração Y, na qual seus pertencentes têm a preferência pelo uso de celulares mais modernos, sendo mais abertos a novas tecnologias, e assim fazem o uso delas de forma mais interativa.

Como mostrou os resultados da pesquisa, pode-se dizer também que celulares tradicionais são muito mais aceitos por pessoas da geração X, ao passo que os celulares mais modernos têm mais aceitação pela geração Y.

Levando em conta a proposta, um dos objetivos deste trabalho, que era exatamente levantar informações a respeito das motivações de consumo desta faixa etária de pessoas, pode se dizer que para que um produto, do ramo tecnológico, computadores, celulares, desperte neste consumidor a necessidade de adquiri-lo, é necessário que este seja moderno.

Por outro lado, os membros da geração X usam a tecnologia com alguma moderação, pode-se ver claramente a diferença na aceitação de produtos tecnológicos nas diferentes gerações; um dado que mostra bem isto é o fato de que apenas 1,8% dos ocupantes, dos entrevistados, da geração Y não têm acesso à internet, enquanto na geração X, 24,4% não têm acesso. Isto também pode ser evidenciado quando trata-se de compras on-line, a aceitação por parte da geração Y é maior, 34,5%, contra 11,1% da geração X.

Com o teste estatístico pode-se confirmar que há diferenças entre as duas gerações, rejeitando a hipótese H0; em somente uma questão proposta foi aceita a hipótese H0, que foi a

respeito da forma como é a “preferência de pagar as contas em casa”, ainda porque o p-valor foi de 0,067 (para rejeitar precisava ser 0,05).

Pode se notar que os membros da geração Y são mais adeptos à tecnologia, ficam mais tempo on-line, têm uma preferência maior em relação à geração X, por compras on-line, pagar contas via internet, etc. Um dos motivos, que pode ser posto em hipótese da escolha destes tipos de produtos pode ser o fato de os membros desta geração nascerem em plena era tecnológica e crescerem cercados desta.

Como contribuição da pesquisa foi possível demonstrar para a comunidade acadêmica que essas gerações têm diferenças de comportamento, e isso pode auxiliar de certa forma as organizações para que se utilizem de estratégias diferenciadas, uma vez que isso implica em comportamento distintos.

Este trabalho tem suas limitações, que podem ser exploradas em trabalhos futuros com mais profundidade, as motivações de compra das diferentes gerações, ou estudar as relações existentes entre as gerações X e Y no ambiente de trabalho. Ou, ainda, já estudar a geração Z.

REFERÊNCIAS

BOTELHO *et al.* *Geração X, Y e Baby Boomers: Um Desafio Atual Para Uma Organização Do Segmento Tecnológico.* 2017.

BASTOS, Rosaria. *Geração X e Y.* Disponível em: <<https://administradores.com.br/artigos/geracao-x-e-y>>. Acessado em 29 de outubro de 2019.

BORTULUZZI, Fernanda Rocha; BACK, Greice Daniela; OLEA, Pelayo Munhoz. *Aprendizagem e geração X e Y: Uma revisão sistemática da literatura.* R. Intelig. Compet., São Paulo, V. 6, n. 3, 64-89, jul.set. 2016.

CERVO, Amando Luiz; BERVIAN, Pedro Alcino. *Metodologia científica.* São Paulo: Makron Books, 1996.

COMAZZETTO, Leticia Reghelinel *al.* *A Geração Y no Mercado de Trabalho: um Estudo Comparativo entre Gerações,* 2016. Acessado dia 19 de maio de 2017, em: <<http://www.scielo.br/pdf/pcp/v36n1/1982-3703-pcp-36-1-0145.pdf>>.

GIL, Antônio Carlos. *Como elaborar projetos de pesquisa.* 6 ed. São Paulo. Atlas. 2017.

JORDÃO, Matheus Hoffmann. *A mudança de comportamento das gerações X, Y,Z e Alfa e suas implicações.* 2016.

MALHOTRA, Naresh K. *Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada.* 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

MATTAR, FauzeNajib. *Pesquisa de marketing: metodologia, planejamento.* 6 ed. São Paulo: Atlas, 2005.

MATTOS, Carlos Alberto de et al. *Os desafios na transição da geração X para a Y na empresa Dori Ltda.* Lins-SP, 2011. Acessado dia 19 de maio de 2017, disponível em: <<http://www.salesianolins.br/universitaria/artigos/no4/artigo17.pdf>>.

MORAN, J. BEHRENS, M. A., MASETTO, M. T. *Novas tecnologias e mediação pedagógica.* Campinas, SP: Papyrus, 2006.

NACONECZNY, Rosenilda Aparecida; SANTOS, Juliana Aparecida dos; BAGGIO, Leticia. *Análise do comportamento da geração Y no ambiente de trabalho na cooperativa Castrolanda na cidade de Castro, Paraná, 2015.* Disponível em: <http://www2.feis.unesp.br/irrigacao/pdf/geracao_y.pdf>., acessado em 07/05/2017>.

FANTINI, Carolina Aude; SOUZA, Naiara Célida dos Santos. *Análise dos fatores motivacionais das gerações baby boomers, X, Y e Z e as suas experiências sobre carreira profissional.* Revista Ipecege, 2015.

OLIVEIRA, Sidinei Rocha; PICCININI, Valmiria Carolina; BITENCOURT, Betina Magalhães. *Juventude e trabalho: é possível falar em geração Y no Brasil?* Soc. Vol.19 no.62 Salvador July/sept. 2012.

PENA, Felipe Gouvêa; MARTINS, Talita Soares. *Baby boomers, X e Y: diferentes gerações “coexistindo” nos ambientes organizacionais.* Pós em revista do centro universitário newton paiva, 2015.

RAMPAZZO, L. *Metodologia científica: para alunos de dos cursos de graduação e pós-graduação.* 3 ed. São Paulo: Edições Loyola, 2005.

REIS, Patricia Nunes Costa, et al. *O alcance da harmonia entre as gerações baby boomers, X e Y na busca da competitividade empresarial no século XXI.* X SEGeT (Simpósio de excelência em gestão e tecnologia), 2013.

RICHARDSON, Roberto Jarry, et al. *Pesquisa social: métodos e técnicas.* São Paulo: Atlas, 1999.

SEVERO, Eliana Andrea et al. *O significado do trabalho para as gerações X E Y no sul do Brasil,* 2017. Disponível em: <http://revista2.grupointegrado.br/revista/index.php/perspectivascontemporaneas/article/viewFile/2199/939>>. Acessado em 25 de Setembro de 2019.

SIEGEL, Sidney; CASTELLAN, Jr, N. John *Estatística não paramétrica para as ciências do comportamento.* Artmed-Bookman. São Paulo, 2017.

ZOMER, LuisaBunn; SANTOS, Aline Regina; COSTA, Kelly Cristina de Oliveira. *O perfil de alunos do curso de administração: um estudo com base nas gerações x, y e z.* Revista Gestão Universitária na América Latina - GUAL, Florianópolis, p. 198-221, jun. 2018. ISSN 1983-4535.

VALENTE, J. A. *Computadores e Conhecimento: repensando a educação.* Por que o computador na educação. Gráfica central da Unicamp, Campinas-SP, 1993.

CAPÍTULO 10

O PAPEL DO PROGRESSO TECNOLÓGICO NA CARACTERIZAÇÃO DA SOCIEDADE DA INFORMAÇÃO

Diego Bianchi de Oliveira, Mestre em Direito pela UNIPAR

RESUMO

A pesquisa buscou caracterizar a Sociedade da Informação, esclarecendo o papel chave do desenvolvimento tecnológico no processo de transformação social. A partir de uma pesquisa bibliográfica constatou-se que os fenômenos da sociedade contemporânea relacionam-se diretamente com a chegada das máquinas e autômatos, principalmente àquelas que proporcionam novos meios de comunicação. As informações que são geradas e/ou transmitidas pelas máquinas representam esse marco transformador das relações sociais. Enfim, se pôde constatar que o acesso, a difusão da informação e a velocidade são os elementos basilares da sociedade dos novos tempos.


PALAVRAS-CHAVE: Informacional. Tecnologia. Cibernética. Informática. Comunicação.

INTRODUÇÃO

Muitos estudiosos costumam utilizar a expressão “Sociedade da Informação” para se referir ao *status* atual da sociedade como se conhece hoje. Os modernos meios de comunicação permitiram a intensificação das relações sociais a nível global, ligando indivíduos localizados em qualquer lugar do planeta, sendo, portanto, a tecnologia e seus avanços o ponto ignição para todas as novas tendências globais.

Para se chegar até aqui, a humanidade passou por diversas etapas, evoluiu, se desenvolveu por meio de autênticas revoluções culturais e tecnológicas. Se anteriormente o homem utilizava-se da sua arte em criar elementos para reagir ao meio, ou melhor, fazia uso da Técnica com a finalidade de conservar-se e defender-se, não demorou para que procurasse associar a ideia de conforto ou facilidade de obter resultados na procura por alimento, na confecção de seus vestuário, na melhora do agasalho, na construção de habitações e, por fim, comunicar-se.

Para que se possa compreender melhor do que se trata a Sociedade da Informação, é preciso investigar a influência do desenvolvimento da tecnologia na caracterização da sociedade atual. Afinal, trata-se de período histórico marcado pela chegada das máquinas computadoradas e, principalmente, pelo desenvolvimento da internet – elementos que proporcionaram rapidez e eficiência aos meios de comunicação.



O objetivo deste trabalho é explicar o papel do desenvolvimento tecnológico no processo de reconfiguração social, que se encontra fundamentado nas novas tecnologias e nas práticas que desencadearam o surgimento da Sociedade Informacional, tais como a comunicação por meios digitais.

A pesquisa será feita por meio do método dedutivo e, será feita através da técnica de pesquisa bibliográfica e documental, buscando identificar as transformações que a sociedade sofreu com a capacidade inventiva do homem, com o desenvolvimento de novas Técnicas e a criação de máquinas e autômatos. Além disso, se avaliará o potencial negativo e positivo do avanço histórico-tecnológico e seus impactos. E, por fim, tratar-se-á da cibernética e da informática com a intenção de esclarecer a expressão “Sociedade da Informação” e a sua relação com a tecnologia.


A TRANSFORMAÇÃO DA SOCIEDADE: A CHEGADA DA MÁQUINA

Desde os primórdios o homem travou um embate contra as forças naturais, e para isso precisou utilizar meios e fins para pô-las a seu serviço, deixando vestígios de suas armas, seus instrumentos ou de sua ação em todos os recantos da natureza.

O uso desses meios para dominar o mundo exterior constitui a primeira manifestação de inteligência do homem, sendo está a primeira afirmação de habilidade do ser humano, isto é, a arte em apropriar-se da natureza para servir à sua manutenção, à sua vestimenta, à sua proteção contra os rigores das estações. Esta arte constitui a técnica do homem (MESQUITA, 1978, p. 11).

A técnica revela-se uma característica intrínseca da ação humana sobre o mundo exterior. Essa capacidade do homem de alterar a natureza tem ligação com a sua qualidade de apoderar-se das conexões lógicas existentes entre os corpos e os fatos da realidade e as transfere para outros corpos – as máquinas – com uma capacidade maior do que se o ser humano fizesse com seus próprios membros (PINTO, 2005, p. 42).

Logo, de um modo geral a tecnologia pode ser encarada como qualquer estrutura que possibilite ao ser humano executar suas tarefas fazendo uso de algo exterior ao seu corpo, ou seja, a máquina pode ser considerada uma extensão do organismo humano. “O homem cria as máquinas à imagem e semelhança das suas próprias virtudes e necessidades. Elas estendem suas potencialidades físicas”, e atualmente “o que mais as notabiliza é serem capazes de reproduzir também seus atributos mentais” (BENNATON, 1984, p. 83).



Ressalta-se que não só armas e utensílios são testemunhos da técnica do homem primitivo, pois há evidências de que apenas ele, dentre todos os habitantes da terra, utilizava e mantinha o fogo, o que lhe proporcionou infinitas possibilidades e benefícios desde a cozedura dos alimentos à metalurgia. Sendo esta descoberta considerada a mais notável conquista da inteligência do homem (MESQUITA, 1978, p. 12).


Aliada à tecnologia, pode-se afirmar que a comunicação foi a chave do desenvolvimento da humanidade. A palavra falada possibilitava ao homem o domínio de suas atitudes e do seu pensamento, de modo que o desenvolvimento da escrita causou grande impacto, proporcionando que a informação pudesse ser guardada e transportada para outros lugares, perpetuando-se para as futuras gerações. Nessa esteira, Gandelman (2001, p. 26-27) afirma que desde a introdução das letras gregas na escrita, por volta de 700 a.C., abriu-se um abismo entre todas as sociedades alfabéticas e suas precursoras, propiciando a cultura letrada, a qual é o alicerce do pensamento moderno.

Não há equívocos ao afirmar que a evolução da comunicação oral para escrita é considerado um dos fatores determinantes para o desenvolvimento da sociedade, como é conhecida hoje. Apesar disso é importante ressaltar que o uso de tecnologia pelo ser humano teve início ligado à sobrevivência, e não relacionado à comunicação.

Por este motivo, entende-se que pela sua pouca habilidade de intercomunicação o homem sempre se demonstrou engenhoso para se proteger de um mundo hostil. Não obstante, “a conquista das letras foi das mais importantes que o homem realizou por vários milênios. Somente a do fogo a ela pode ser comparada em grandeza, à vista das consequências que produziu” (DONATO, 1951, p. 33).

Com efeito, Arendt (1999, p. 17) afirma que “o que quer que toque a vida humana ou entre em duradoura relação com ela, assume imediatamente o caráter de condição da existência humana”, ou melhor, “tudo o que espontaneamente adentra o mundo humano, ou para ele é trazido pelo esforço humano, torna-se parte da condição humana”, e assim “os homens, independentemente do que façam, são sempre seres condicionados”.

Acredita-se que os homens, enquanto seres condicionados, tornam tudo aquilo que imediatamente entra em contato com eles uma condição de sua existência, e assim, desde então a Técnica tornou-se próprio da existência humana. “Por todos os lados, permaneceremos, sem liberdade, atados à ela, mesmo que a neguemos ou a confirmemos apaixonadamente” (HEIDEGGER, 2007, p. 376).



A técnica serve à vida para produzir materialmente os bens de que o homem necessita, e nela se encontra a manifestação da capacidade vital do ser humano de produzir o seu próprio ser (PINTO, 2005, p. 155). Ora, o domínio da técnica proporcionou ao homem a habilidade de construir instrumentos com os quais transforma a realidade que o cerca, cuja expressão mais perfeita é a máquina, esta que por sua vez representa a materialização dos processos empregados pela Técnica (MESQUITA, 1978, p. 16).

Através dessas máquinas, que utilizam as leis naturais que governam o universo, transformou-se a superfície da terra e a humanidade alcançou a feitura de grandes façanhas. A realização tecnológica dos últimos séculos aumentou a habilidade para mover e manipular objetos, podendo ser encarado principalmente como o resultado do desenvolvimento das ferramentas para melhorar nosso aparelho sensorial e muscular (DESMONDE, 1974, p. 01).

De modo que “é a máquina que, permitindo ao Homem pôr a seu serviço todas as energias da natureza, conferiu-lhe um poder extraordinário, graças ao qual tornou-se senhor do planeta, para depois estender [...] indefinidamente, os poderes de sua soberania” (MESQUITA, 1978, p. 116). Corrobora Heidegger (2007, p. 386) ao afirmar que “a técnica moderna somente entrou em curso quando ela pôde apoiar-se sobre a ciência exata da natureza”.

A técnica moderna, ligada às máquinas é que levou Heidegger (2007) a questionar a técnica. Enquanto a essência da técnica manual estaria não tão somente ligada ao meio de produção de algo, mas a técnica se essencializa no âmbito onde acontece o desabrigar e o desocultamento de um objeto, noutra via, a técnica moderna é algo totalmente incomparável com todas as outras técnicas anteriores, porque ela repousa sobre a moderna ciência exata da natureza. De modo que o desabrigar da técnica moderna:

[...] tem o caráter do pôr no sentido do desafio. Este acontece pelo fato de a energia oculta na natureza ser explorada, do explorado ser transformado, do transformado ser armazenado, do armazenado ser novamente distribuído e do distribuído renovadamente ser comutado. Explorar, transformar, armazenar e distribuir são modos de desabrigar (HEIDEGGER, 2007, p. 382).

A *priori*, a Técnica pode ser considerada, simplificada, “um método, comportando um conjunto de regras, de processos, estabelecidos racionalmente e confirmados experimentalmente, tendo em vista um determinado fim” (MESQUITA, 1978, p. 125). No entanto, Heidegger (2007, p. 384) acredita que a técnica moderna, “não é um mero fazer humano”, e sim aquele desafiar “posto pelo homem para requerer o real enquanto subsistência tal como se mostra. Aquele desafiar reúne o homem no requerer. Isto que é reunido concentra

o homem para requerer o real enquanto subsistência”. Concorda-se com Bunge (2012, p. 24) ao afirmar: “[...] no hay técnica avanzada a menos que sociedade, o parte de ella, larequiera”.

Acredita-se que, talvez, esse “desafio” estaria ligado não só à execução humana de atos de produção e defesa da vida, mas também ao fato de que o homem busca “aquilo que é realmente útil e praticamente eficaz, quer dizer, tudo o que pode aligeirar o trabalho material, diminuir as dificuldades do homem” (MESQUITA, 1978, p. 78).

A técnica segue o compasso do progresso histórico de conquista da natureza pelo ser humano, afere o nível do alcance da sua aptidão de resolver as contradições que se depara, todavia não é fundação ou o motor do processo produtivo. Quem cria a história e a divide à sua maneira, em virtude de criar-se a si mesmo pela produção dos bens exigidos, é o próprio ser humano (PINTO, 2005, p. 156). Portanto:

A Técnica teria, então, raízes profundas, que seriam distintas de si própria. Ela se alimenta na ciência que, por sua vez, se abebera na curiosidade desinteressada, companheira inseparável da Cultura. Vemos, assim, tudo o que a utilidade, tudo o que a necessidade – “a necessidade engenhosa” – [...], traz de progresso à humanidade, mas há também a vitalidade do espírito que não surge do só cuidado da prática (MESQUITA, 1978, p. 127).


Conforme explica Azevedo (2014, p. 04), a natureza sempre exerceu um domínio total sobre o ser humano, enquanto a razão humana, cada vez mais, aprende a dominar as forças da ação do mundo, considerando o homem um vencedor quando utiliza as forças naturais a seu favor. No entanto, Mesquita (1978, p. 121) já alertava que o homem “não se tornou melhor, por se ter tornado poderoso. Seu poder parece ter multiplicado sua capacidade de fazer o mal, mais ainda que sua capacidade de fazer o bem”.

Habermas (1968, p. 55) destaca que uma calculadora eletrônica pode servir tanto a um regime capitalista como a um regime socialista, do mesmo modo um ciclotrão pode ser um bom instrumento, tanto para um partido adepto da guerra como para um partido pacifista.

Verifica-se, deste modo, a importância de analisar os impactos tecnológicos, tendo em vista que a Técnica é eventualmente impecável, irresistível e o progresso técnico pode legitimamente “aparentar” ser ilimitado.

REPERCUSSÕES DO DESENVOLVIMENTO TECNOLÓGICO

Apenas o século XX significa para humanidade um espaço curto em sua história, contudo, foi neste período que os maiores desenvolvimentos tecnológicos foram conhecidos. Assim, este curto período de transformações causou tantos impactos sociais-culturais-



econômicos, cujo tempo para debate e amadurecimento parece não ter sido suficiente, haja vista que a discussão sobre seus efeitos no dia a dia do homem permanece.


É possível notar que o lapso temporal de um marco tecnológico para outro diminui progressivamente e “a razão de tudo isso é que a tecnologia se alimenta de si mesma. Tecnologia torna possível mais tecnologia, como podemos perceber se observarmos por um momento o processo de inovação” (TOFFLER, 1970, p. 34-35).

Assim evidencia-se que o traço mais marcante na sociedade contemporânea é o rápido avanço da tecnologia, promovendo “o fenômeno da *aceleração histórica*”, onde “o uso eficiente de novas técnicas com certeza significa a medida entre o sucesso e o fracasso, quer no campo pessoal, quer no campo das diversas organizações sociais” (ALMEIDA FILHO; CASTRO, 2005, p. 13). O Homem perde espaço e passa a ser considerado apenas em função da produção que deverá trazer sempre o maior proveito possível. Dessa forma, a evolução tecnológica se dá pela pressa infrene e descontrolada do Homem, que é incansavelmente exigido, demonstrando uma passividade espiritual e o abandono de si mesmo a um processo desumano, uma vez que quando o Homem se torna um instrumento passivo, perde sua atividade interior (MESQUITA, 1978, p. 154-155).

Depois do modo de produção capitalista, dotado de um sistema econômico capaz de garantir um crescimento da produtividade – não isento sem dúvida de crises – contínuo a longo prazo, é que se institucionaliza a introdução de novas tecnologias e de novas estratégias, isto é, *institucionaliza-se a inovação* enquanto tal (HABERMAS, 1968, p. 62). De modo que a capacidade de criação e inovação do homem transforma o seu modo de vida. O progresso tecnológico favorece a urbanização, o aumento da população, a acumulação de capital, o comércio internacional, e a colonização do terceiro mundo. Fornece subsídios à economia capitalista, que, por conseguinte, estimula e investe em avanços tecnológicos.

Imagine o quão difícil seria trabalhar um dia se o servidor da internet caísse, ou fechar um negócio com rapidez sem o uso de telefones e celulares, ou ainda realizar um simples saque de sua conta bancária sem um caixa eletrônico, ou quem sabe fazer as entregas de sua loja sem um veículo automotor. Imagine ficar um dia inteiro sem eletricidade. Nesse sentido, Habermas (1968, p. 49) assevera que:

Neste universo, a tecnologia proporciona igualmente a grande racionalização da falta de liberdade do homem e demonstra a impossibilidade «técnica» de ser autônomo, de determinar pessoalmente a sua vida. Com efeito, esta falta de liberdade não surge nem irracional nem como política, mas antes como sujeição ao



aparelho técnico que amplia a comodidade da vida e intensifica a produtividade do trabalho.


A tecnologia, como já destacado, é utilizada para criação de máquinas com o objetivo de tornar a vida do homem mais prática, sendo que, hoje em dia praticamente tudo que se faz é totalmente automatizado. Dessa forma, embora a máquina proporcione ao homem celeridade e eficiência nas tarefas diárias, em contrapartida, também lhe causa uma dependência muito grande, vez que uma simples pane nos semáforos de uma cidade pode deixá-la parada durante horas.

Importante destacar que após a segunda guerra muitos autores/filósofos evidenciaram em seus trabalhos a preocupação com o progresso tecnológico. Hannah Arendt (1999, p. 10), tendo ‘a condição humana’ como objeto de estudo, alerta que esta dependência dos autômatos parece ser algo produzido por uma rebelião contra a existência humana – não uma rebelião das máquinas como no filme ‘O Exterminador do Futuro’, mas – motivada pela ideia de substituir aquilo que é orgânico por algo produzido pelo próprio homem.

Existem máquinas espalhadas por todas as partes do planeta: nos supermercados, nos escritórios, nas universidades, nos shoppings, nas ruas, enfim, em todo lugar e praticamente em todas as nossas tarefas diárias. Ao que parece, todos se tornaram dependentes dessa relação com as máquinas. Arendt, (1999, p. 11) acredita que essa dependência parece estar conectada à incapacidade de pensar e fazer do homem moderno, vez que são rompidos os laços entre o conhecimento (no sentido moderno do *know-how*) e o pensamento. Dessa forma, a humanidade estaria condenada “à condição de escravos indefesos, não tanto de nossas máquinas quanto de nosso *know-how*, criaturas desprovidas de raciocínio, à mercê de qualquer engenhoca tecnicamente possível, por mais mortífera que seja”.

Hebert Marcuse, preocupado com a intenção daqueles que detém o domínio dos aparatos tecnológicos, revela que a sociedade industrial – amparada pelo progresso técnico-científico – “tende a tornar-se totalitário no quanto determina não apenas as oscilações, habilidades e atitudes socialmente necessárias, mas também as necessidades e aspirações individuais”. De modo que a “tecnologia serve para instituir formas novas, mais eficazes e mais agradáveis de controle social e coesão social” (MARCUSE, 1982, p. 18).

“A era moderna trouxe consigo a glorificação teórica do trabalho, e resultou na transformação efetiva de toda sociedade em uma sociedade operária” (ARENDR, 1999, p. 12). Assim sendo, o domínio da técnica se acumula em processos de aprendizagem do trabalho – ação instrumental –, sendo considerados por Habermas (1968, p. 83) “desde o



princípio o motor da evolução social”, todavia não provocam movimentos emancipadores ou de libertação, pelo contrário “deixam de os provocar desde que o incremento incessante das forças produtivas se tornou dependente de um progresso técnico-científico, o qual assume também funções *legitimadoras da dominação*”.

Tornando-se o homem, inevitavelmente, mera função do processo material, isto é, do processo da produção, uma vez que isto o condenaria à escravidão, e a máquina tornar-se-ia, por sua vez, a sua senhora – remetendo-se a relação entre o senhor e o escravo – negando sua própria liberdade e sua própria espiritualidade – ambas ligadas a sua própria dignidade (MESQUITA, 1978, p. 172).


Ressalta-se que as inovações técnicas mais expressivas, isto é, “capazes de influir sobre os rumos do progresso e a produção dos bens de uso, só se originam em restritas áreas nacionais dominantes, e nestas são promovidas por grupos economicamente privilegiados” (AZEVEDO, 2014, p. 04).

O desenvolvimento tecnológico, na verdade, aniquilou o individualismo em prol de valores dominantes. O pessimismo dessa análise parte da ideia de que, se esperava na sociedade liberal e na livre concorrência ter-se-ia um indivíduo economicamente livre, não contava que a “mecanización y racionalización obligaron al competidor más débil a dejarse dominar por las empresas gigantes de la industria pesada que al establecer el dominio de la sociedad sobre la naturaleza abolieron al sujeto económico libre” (MARCUSE, 2001, p. 56-57).

Nesse sentido, há de se concordar com Pinto (2005, p. 44) quando aduz que as nações mais poderosas encontram motivos extras para se exaltarem e alçar ao plano da ideologia, sob o conceito de “era tecnológica”, a situação real de que desfrutam, tendo por objetivo a conservar o conhecimento como instrumento de domínio e espoliação econômica de grande parcela da humanidade.

As consequências sociais do progresso técnico são evidentes, tendo sempre grande influência sobre a vida dos grupos sociais, ou seja, o advento de um processo melhor, em substituição a um já antiquado, tem por efeito aumentar a força social dos que o aplicam, causando desigualdade de força social dos grupos sociais.

Essas alterações nas relações de igualdade e desigualdade refletem na capacidade das sociedades, desencorajando, desestimulando e desanimando grupos sociais mais atrasados. Acredita-se que “os países em desenvolvimento não criam novas formas de utilização dos



seus bens naturais, nem novas técnicas, máquinas e objetos para a satisfação humana, em virtude de terem se ‘acostumado’ à condição de área de exploração alheia [...]” (AZEVEDO, 2014, p. 05).

Deste modo, deixando claro sua aflição com os rumos que podem tomar o progresso técnico-científico, Hebert Marcuse (2011, p. 54) afirma que:

La tecnología, como modo de producción, como la totalidad de los instrumentos, mecanismos y aparatos que caracterizan la edad de la máquina, es así al mismo tiempo un modo de organizar y perpetuar (o cambiar) las relaciones sociales, manifestación del pensamiento prevaleciente y de los modelos de comportamiento, instrumento para el control y la dominación.


O autor demonstra que sua preocupação está ligada ao emprego da tecnologia por organizações econômicas e sociais dominantes de forma totalitária. Nesse sentido, Habermas (1968, p. 49) afirma que “a dominação eterniza-se e amplia-se não só mediante a tecnologia; mas como tecnologia; e esta proporciona a grande legitimação ao poder político expansivo, que assume em si todas as esferas da cultura”.

Corroborando Mesquita (1978, p. 153) ao afirmar que as descobertas científicas oferecem ao homem poder tão grande, uma potência de destruição, que os Estados querem controlar este poder, vez que ocorre em toda parte uma nacionalização das descobertas científicas, o que se torna necessário, principalmente, pela previsão de uma possível guerra.

Fernandes (2001, p. 144) ressalta que “esse desenfreado desenvolvimento tecnológico orientou-se, quase sempre, por medidas de caráter militar. A partir daí, as conquistas e os descobrimentos foram implementados no campo da economia e do comércio exterior dos Estados e internacional”.

Na medida em que a tecnologia avança, inúmeras questões surgem. Essas tecnologias poderão “ser empregadas para o enriquecimento da existência do homem, [...] fortalecendo sua integridade e dando justiça na vida social? Ou serão utilizadas para propósitos anti-humanitários?” (DESMONDE, 1974, p. 05).

Em algum momento tem-se de concordar com a afirmação de Mesquita (1978, p. 171) que a “Técnica é criada pelo e para o Homem; mas ela é anti-humanista”. Todavia, toda essa visão essencialmente negativa, sobretudo quando se analisa o progresso técnico a partir de seus efeitos nefastos nas primeiras décadas do século, advém do emprego das tecnologias bélicas e de sua capacidade destrutiva.



Talvez por este motivo fala-se da Técnica como uma força desumanizante, o que levou muitos intelectuais europeus a raciocinar sobre novas formas de humanismo, cujo real conceito “é aquele que afirma o valor do Homem e sua vocação criadora”. Deste modo a “atitude do espírito para com o mundo em geral, e em particular para com a Técnica deve ser diversa. A Técnica deve estar submetida ao espírito e a máquina deve ser um instrumento obediente ao Homem, um mero meio de ação” (MESQUITA, 1978, p. 173).

Mesmo tendo ciência da existência de impactos sociais negativos e impactos sociais positivos, pondera-se que as tecnologias não são socialmente imparciais. A questão é encontrar uma maneira de maximizar seus benefícios e minimizar seus efeitos maléficos. Em outras palavras, tem-se, de certa forma, conduzir a liberdade de inovação tecnológica para evitar, de maneira a prever seus efeitos sociais negativos e preparar a população para que possam inserir-se e ter acesso a tais inovações.


Tem-se de reconhecer que o conhecimento – domínio da Técnica – é basicamente uma forma de poder, podendo ser usado para beneficiar ou prejudicar a espécie humana. Como destaca Habermas (1968, p. 94-95):

Saber é poder e é por um paradoxo aparente que os cientistas e os tecnólogos, por meio do saber que têm sobre o que acontece nesse mundo sem vida das abstrações e inferências, chegaram a adquirir o imenso e crescente poder de dirigir e mudar o mundo em que os homens têm o privilégio de e estão condenados a viver.

De qualquer modo não se pode impedir o progresso tecnológico, a técnica enquanto patrimônio da espécie humana reflete no elo que liga os seres humanos para a realização de ações construtivas comuns, ou melhor, no intuito de estabelecer laços, relações em prol de ações comuns (PINTO, 2005, p. 269).

O que preocupa muitos estudiosos são os efeitos sociológicos das máquinas inteligentes, tendo em vista que a tecnologia traz consigo a ameaça militar ligada à cultura expansionista e de dominação. Contudo, da mesma forma que toda informação apenas de caráter científico-natural é introduzido no mundo social através de seu domínio e utilização técnica, Habermas (1968, p. 95-96), também entende que tão somente “quando as informações se utilizam para o desenvolvimento de forças produtivas ou destruidoras, é que as suas consequências práticas podem penetrar na consciência literária do mundo vital”. A partir daí que “surgem poesias relativamente a Hiroshima, e não através da elaboração de hipóteses sob a transformação da massa em energia”.

A essência do progresso tecnológico reside no ser humano e não nas máquinas. Os avanços da tecnologia, de acordo com Azevedo (2014, p. 06) influenciam diretamente na



organização do trabalho, e na inserção de novos métodos que aumentam o volume de produtos em pouco tempo, vez que se economizam esforços físicos e mentais para realização das tarefas de produção. Todavia, essa racionalização técnica só pode ser chamada dessa forma pelo lado externo, tendo em vista que a essência do progresso técnico reside no ser humano que a promove e executa.

Nesse sentido Castells (2003, p. 28) salienta que “uma lição comprovada da história da tecnologia que os usuários são os principais produtores da tecnologia, adaptando-se a seus usos e valores e acabando por transformá-la”.


Portanto, “não é a técnica que se racionaliza, e sim o ser humano” (AZEVEDO, 2014, p. 06). Não obstante, todo debate leva a outra reflexão: a substituição da ação humana pela de uma máquina – homens *versus* máquinas. Convém ressaltar que hoje, quando se fala das maravilhas do progresso tecnológico, está se referindo especialmente aos computadores, nesta via as máquinas são capazes de fazer frente ao ser humano ante suas capacidades físicas e intelectuais.

Bennaton (1984, p. 74) assevera que o progresso tecnológico é uma moeda de duas faces. Por um lado o homem fica desobrigado de um trabalho possivelmente desagradável, e pode dedicar-se a uma atividade mais prazerosa. De outro lado, o indivíduo deixa de fazer um trabalho, tendo em vista que uma máquina o faz de forma mais eficiente, tornando-se um desempregado.

Deveras, exaltam-se os esplêndidos triunfos intelectuais e tecnológicos dos recentes séculos, todavia, tem-se falhado em produzir uma visão do mundo para dar significado à vida e fornecer os fundamentos morais para a sociedade internacional produtiva e pacífica. Mas, considerando o último século como a ‘era das ciências físicas’, ou melhor, a ‘era tecnológica’ e, fornecidos de seus avanços teóricos, talvez os próximos séculos sejam considerados a ‘era das ciências morais’ (DESMONDE, 1974, p. 10).

CIBERNÉTICA E INFORMÁTICA: O SURGIMENTO DA SOCIEDADE DA INFORMAÇÃO

Certos de que o progresso tecnológico é inevitável, desde o fim da segunda Guerra Mundial Wiener (1954, p. 15) trabalhou em muitas ramificações da teoria das mensagens, dentre elas o estudo das mensagens como meios de dirigir a maquinaria e a sociedade, o desenvolvimento de máquinas computadoras e outros autômatos. Contudo não havia uma palavra específica para delimitar esse campo de estudo, e assim, inspirando-se na palavra



grega *kybernetes*, que significava “piloto” ou “governador” é que surgiu a Cibernética. Assim, de acordo com Bennaton (1984, p. 11) estaria investida “da missão de procurar um enquadramento maior no qual as coisas naturais e aquelas fabricadas pelo homem se insiram como itens de uma mesma paisagem”.


Interessa à Cibernética o modo como se comportam os organismos e as máquinas – do funcionamento de um cortador de grama até a maneira como os homens organizam a economia de uma nação – com foco em dois aspectos primordiais: o trânsito da informação e os esquemas de controle existentes (BENNATON, 1984, p. 13).

De acordo com Serrano (1975, p. 10) a Cibernética, atualmente, divide-se em cinco setores: a) a Teoria dos Sistemas, b) a Teoria da informação, c) a Teoria a regulação (ou controle), d) a Teoria dos jogos e, e) a Teoria dos algoritmos. Cumpre-se aqui fazer um corte epistemológico e dar maior enfoque no campo da Teoria da Informação, que de acordo com o referido autor, “es una disciplina que ha cobrado ungrandesarrollo em los últimos años, y se ocupa de formular matematicamente lasreglas y mecanismos de laelaboración y transmisión de informaciones”.

Adiante, para este trabalho, importante é a definição de informação dada por Wiener (1954, p. 17-18), considerando-a “o conteúdo daquilo que permutamos com o mundo exterior ao ajustar-nos a ele, e que faz com que nosso ajustamento seja nele percebido”. De modo que “o processo de receber e utilizar informação é o processo de nosso ajuste às contingências do meio ambiente e de nosso efetivo viver nesse meio ambiente”.

Relacionar-se, interagir e comunicar-se, essa troca de mensagens ou de informações é um postulado inerente ao homem desde os primórdios. Assim, quando “um homem fala com outro, saúda-o com um gesto, com ele fala por telefone, escreve-lhe uma carta, aperta-lhe a mão: nestas e em muitas outras manifestações dizemos que houve comunicação entre essas pessoas” (GARCIA, 1976, p. 45). Há uma relação atual e real, através da qual alguma coisa – uma informação – passou de uma pessoa para outra.

As necessidades e a complexidade da vida moderna fazem, a este processo de informação, exigências maiores do que nunca, e nossa imprensa, nossos museus, nossos laboratórios científicos, nossas universidades, nossas bibliotecas e nossos compêndios estão obrigados a atender às necessidades de tal processo, sob pena de falhar em seus objetivos. Por conseguinte, comunicação e controle fazem parte da essência da vida interior do homem, mesmo que pertençam à sua vida em sociedade (WIENER, 1954, p. 18).



A comunicação pode ser definida, de acordo com Estavillo (1997, p. 10), como “la exteriorización del pensamiento del hombre dentro de su esfera personal, mediante un proceso de transmisión, a través de un canal a otra persona con el fin de ejercer en esta última cierta interacción o producir en él algún estímulo”.

E o processo da comunicação humana pode ser encarado como o fundamento da vida social, ponderando que os “processos pelos quais a comunicação pode ser feita são extremamente variados, incluindo a palavra escrita e falada, a música, a dança, as artes plásticas, enfim, praticamente todas as formas do comportamento humano” (GARCIA, 1976, p. 46). Corroborando Estavillo (1997, p. 10), ao dizer que a “comunicación es la transmisión de información, ideas, emociones, habilidades, etcétera, mediante símbolos: palabras, imágenes, cifras, gráficos, entre otros”.


A comunicação está ligada, essencialmente, à relação estabelecida pela transmissão de estímulos – pelo transmissor – e pelo suscitamento de respostas – no receptor, ou seja, a “comunicação é o processo de transmissão e recuperação de informações” (MELO, 1975, 31).

Resgatando o termo em sua etimologia a “comunicação vem do latim ‘communis’, comum. O que introduz a ideia de comunhão, comunidade” (MELO, 1975, p. 14). Portanto, viver em comunidade sempre foi característica dos seres humanos, e conseqüentemente as relações sociais e comerciais são um fenômeno próprio da natureza social do homem.

Assim sendo, Wiener (1954, p. 16) observou que a sociedade deve ser compreendida por meio da análise das mensagens e das facilidades de comunicação de que disponha. É certo que no futuro desenvolvimento dessas mensagens e facilidades de comunicação, as mensagens entre o homem e as máquinas, entre as máquinas e o homem, e entre a máquina e a máquina, estão destinadas a desempenhar papel cada vez mais importante.

Logo, autores como Dinio de Santis Garcia afirmam que a “Cibernética pode ser interpretada como um novo meio capaz de analisar sistemas complexos, desde máquinas até a própria sociedade, em termos de fluxo e de processamento de informações”. E, assim sendo reformula o seu conceito dizendo que “a Cibernética é a ciência do controle e da comunicação nos seres vivos, na sociedade e nas máquinas” (GARCIA, 1976, p. 37 e 41).

Uma das formas pelas quais a Cibernética instrumentaliza seu modo de enquadrar o mundo é através dos sistemas, que são de fato processadores de informação. Por isso afirma-se que o seu desenvolvimento provém, em grande parte, devido ao avanço da indústria de computadores (BENNATON, 1984, p. 82).



“Ela necessita destas máquinas para simular sistemas ou implementar teorias. E, por outro lado, a fabricação de computadores só pode ser bem norteada se o for pelos desígnios da Cibernética” (BENNATON, 1984, p. 85).

Assim, embora seja uma ciência recente, a Cibernética proporcionou profunda influência sobre a sociedade, não apenas em termos de conceitos e ideias, mas principalmente pelos seus produtos, ou seja, máquinas inteligentes dotadas de memória capazes de reter e dispor das informações nela introduzidas, como são os computadores.

O computador pode realizar tudo o que é repetitivo na atividade humana, sendo capaz de quatro atividades fundamentais: ler, organizar, calcular e escrever informações. De acordo com Desmonde (1974, p. 03) são “máquinas de processamento de dados de alta velocidade capazes de recordar vastas quantidades de informação” que possibilitam “a execução de muitas funções industriais, militares e de Estado, com grande aumento de produtividade”.

Máquinas como os computadores, capazes de armazenar e assimilar informações com mais rapidez e eficiência tende a substituir o ser humano em uma gama crescente de atividades – como no diagnóstico médico, na cirurgia médica, no planejamento e nas operações de manufatura, nos diversos ramos da engenharia, além de um infindável número de outras aplicações – e com enorme vantagem.

Diante dessa tendência computacional, e partindo dos raciocínios apresentados, a cibernética e a comunicação convergem para uma ciência intimamente ligada a elas: a Informática. A palavra “informática”, conforme explica Fix-Fierro (1990, p. 43), é composta pelos termos “informação” e “automática”, e representa a ciência do tratamento automático ou automatizado da informação, excepcionalmente, através dos computadores.

Convém ressaltar que tanto a informática quanto a cibernética tratam da informação de forma matemática, lógica e analítica. Portanto, antes de prosseguir, faz-se necessária a sua distinção:

[...] la informática, como tal, ha sido comúnmente considerada como una ciencia particular integrada ala cibernética. A unque esta opinión parece ensímisma lógica y evidente, existensin embargo diferencias de objeto y finalidad entre ambas disciplinas. Enefecto, la cibernética se ocupa de los fenómenos de control y comunicación, locual puedetraducirse en el diseño y construcción de máquinas, y más recientemente, desemboca en los problemas de lallamada inteligencia artificial. La informática, por su parte, si bien hace uso de lastecnologías desarrolladas con auxilio de la cibernética, se centra encuestiones de tratamiento, representación y manejo automático de lainformación (FIX-FIERRO, 1990, p. 44-45).

De acordo com Losano (1976, p. 219) não é tarefa simples definir o termo, “em quase todos os trabalhos sobre informática é dada por conhecida a definição do termo informática e assim ele acaba por ter uma definição implícita, que varia de autor para autor”. Serrano (1975, p. 111-112) argumenta que se poderia fazer a seguinte classificação:


- a) quienes dan a la materia un sentido extensivo, e incluyen dentro de la misma actividad de documentación científica que utilice o no las computadoras;
- b) quienes, por el contrario, restringen la utilización del término únicamente al procesamiento electrónico de datos, y;
- c) tienen en cuenta ambos aspectos, considerando los aportes de las dos perspectivas anteriores: en este sentido, la informática vendría a ser la disciplina que tiene por objeto la investigación documental realizada por medio de las computadoras.

Há um grupo que, num sentido amplo, entende que a informática deve tratar de toda atividade documental – realizada ou não com o auxílio do computador. Outro grupo que, num sentido mais restrito, liga o termo simplesmente ao processamento eletrônico. Entretanto, há um terceiro grupo que “compreende tanto a Informática como Documentação geral, quanto a Informática como introdução ao processamento eletrônico, porém, com a intenção não de acrescentá-las uma à outra, mas sim de estudar apenas a parte que ambas possuem em comum” (LOSANO, 1976, p. 225).

Ainda para Losano (1976, p. 226), a noção mais fecunda de informática é a apresentada numa obra soviética, onde a Informática é definida como “um ramo da ciência que estuda as regras para a coleta, processamento, conservação, recuperação e disseminação da informação científica e que organiza de forma ‘ótima’ a atividade informativa, com base nos modernos meios técnicos”. Acrescenta o referido autor que essa definição não é muito distante daquela aceita pelos americanos, segundo os quais a Informática deveria “encontrar meios para armazenar, conservar, analisar, indexar, resumir, traduzir e interpretar, da melhor forma possível, a informação científica”.

Nesse sentido, conforme explicam Almeida Filho e Castro (2005, p. 11-12), as várias atividades realizadas com dados, objetivando a produção de informações e conhecimentos denomina-se processamento, daí processamento de dados. De modo que o desenvolvimento dos computadores eletrônicos representou um salto gigantesco na qualidade do processamento de dados e, certamente, foi elemento determinante da Revolução da Informação e do ingresso da chamada Sociedade da Informação.

Nas últimas décadas alguns autores começaram a estudar a Sociedade e a Tecnologia tendo-se em conta as redes de informação e comunicação. Anteriormente, como já exposto neste trabalho, a tecnologia estava relacionada a uma cultura expansionista e de dominação



dentro de uma sociedade mecanizada. O que se vive, atualmente, é uma era tecnológica vinculada não somente às máquinas, mas especialmente às informações que são geradas e conduzidas por elas.

O espantoso progresso na elaboração dos meios de comunicação durante a Revolução Industrial, segundo explica Toffler (1970, p. 140), altera “de forma radical, a natureza das mensagens recebidas pelo indivíduo comum [...] o indivíduo agora começa a receber um número crescente de mensagens codificadas, mas também pré-elaboradas”.


O referido autor, no início dos anos 70, já refletia que as inovações tecnológicas proporcionariam a criação de uma nova sociedade. “Não uma sociedade mudada. Não uma versão ampliada, gigantesca, de nossa sociedade atual. Mas sim uma nova sociedade” (TOFFLER, 1970, p. 157), que veio a se tornar conhecida como a “Sociedade da Informação”.

Estudiosos passaram a prestar mais atenção em um novo fenômeno social baseado no tráfego sem fronteiras de informações, sem propriedade particular, gerando a dispersão de ideias, do compartilhamento quase que instantâneo do conhecimento, enfim, do alvedrio da informação humana. Os novos meios de comunicação atingem uma quantidade imensurável de pessoas, tendo em vista que algumas pessoas podem à distância, utilizar-se da televisão e do rádio para vender algo, influenciar politicamente ou manipular religiosamente a grande massa em pouco tempo. Nesse sentido Bunge (2012, p. 28) esclarece que:

Los nuevos médios de comunicación, em particular latelevisión y el correo electrónico, no solo permiten transmitir y solicitar informaciones e instrucciones a distancia. También permiten manipular a distancia actitudes y emociones. Em particular, la radio y latelevisión se usan para fabricar simpatías y antipatías comerciales, políticas y religiosas, y para refinar o embotar la sensibilidad. El negociante, el político y el predicador que pueden comprar espacios televisivos venden mercancías, o compran votos o conciencias de lamillones y sin moverse de sus despachos.

Nesse contexto, não se pode ignorar que os computadores e a internet têm representado importante papel. Não é mais como há 30 anos, a televisão e o rádio já não são os únicos meios difundidos de acesso à informação, portanto não há espaço para conservadores e pessimistas quanto às consequências do progresso tecnológico dos meios de comunicação, assim como aponta Williams (1983, p. 128):

In a period of what is certain to be major technical innovation in cultural production and distribution and in information systems of every kind, it will be essential to move beyond these old terms. Yet there is now an effective coalition, including not only cultural new technologies are a major threat. Cultural conservatives are saying, in that once elegant argot, that cable television will be the final opening of Pandora's Box, or that satellite broadcasting will top out the Tower of Babel. As for



computers, since that flurry of argument about whether they could or could not write poems, most of the old cultural intellectuals, in a diversity of political positions, have decided that they are best ignored.

Não se pode fazer a análise do progresso das tecnologias da informação sem levar em conta seu efeito massivo em números cada vez maiores de pessoas, vindo a afetar a estrutura e o conteúdo de toda uma cultura. Todavia, de acordo com o autor supracitado é essencial ir além das antigas concepções, tendo em vista que o momento exige inovação técnica visando uma produção e distribuição cultural.

A atual sociedade desenvolve-se embasada em bens imateriais estabelecidos através da tecnologia de informação e comunicação, as quais abrangem “a aquisição, o armazenamento, o processamento e a distribuição da informação por meios eletrônicos, as quais são utilizadas pela população nos contextos social, econômico e político” (AZEVEDO, 2014, p. 08).


Portanto, acreditando que a consolidação da “Sociedade da Informação” beneficia a integração global nos diferentes âmbitos em que se desenvolve a vida humana – na economia, no conhecimento, na cultura, no comportamento humano e nos valores – as acepções do termo vêm adquirindo importância a nível mundial (SOUZA, 2009, p. 17-18).

O conceito de Sociedade da Informação não se restringe apenas ao aspecto tecnológico dos meios de comunicação, Azevedo (2014, p. 08) ressalta que sua concepção abrange qualquer tratamento e transmissão da informação, podendo até adquirir valorização econômica.

De acordo com Castells (2005, p. 17) há uma impropriedade ao utilizar a terminologia “sociedade de informação” ou “sociedade do conhecimento”. O conhecimento e a informação sempre foram centrais em todas as sociedades historicamente conhecidas, e não tão somente agora. A única diferença é que atualmente o conhecimento e a informação tem se difundido através de redes tecnológicas, com apoio da microeletrônica, que fornecem novas aptidões ao antigo modo de organização social – as redes.

É certo que o conhecimento e a informação sempre foram fundamentais para as sociedades em qualquer momento histórico. Todavia, Souza (2009, p. 24) reflete que por volta dos anos 60 observou-se que a sociedade trilhava rumo a um novo modelo de organização, no qual “o controle e a otimização dos processos industriais eram substituídos pelo processamento e manejo da informação como a ‘chave’ da inter-relação humana mais econômica e, portanto mais produtiva e vantajosa sob o aspecto patrimonial”.

Seja lá qual for o termo utilizado – sociedade da informação, sociedade em rede, sociedade informacional, sociedade virtual ou sociedade global – o que se busca é delinear as



consequências provocadas pelas novas tecnologias de comunicação na sociedade. Assim sendo, Azevedo (2014, p. 09) assegura que o acesso, a difusão da informação e a velocidade são os elementos basilares da sociedade dos novos tempos.

Do mesmo modo, levando-se em conta essa nova cultura que passa a existir, acredita-se que “estamos vivendo a abertura de um novo espaço de comunicação, e cabe apenas a nós explorar as potencialidades mais positivas deste espaço nos planos econômico, político, cultural e humano” (LEVY, 1999, p. 11).

Apesar de os “meios tecnológicos atuais serem conhecidos e até previsíveis para sua evolução técnica em curto prazo, é absolutamente uma incógnita o tipo de sociedade que realmente sequer atingir, [...] e o que realmente se conseguirá transformar no futuro” (SOUZA, 2009, p 31). Contudo, é certo de que não se pode mais falar a respeito do progresso tecnológico apenas em tom pessimista, a tecnologia vem tornando-se menos mecanizada e mais informacional, suplantando novas discussões acerca do controle da informação, principalmente quando se trata da rede de informações (internet).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Como foi possível compreender ao longo da redação, a tecnologia e os novos meios de comunicação exercem grande influência nos mais variados setores profissionais e de conhecimento humano. A habilidade do homem de alterar a natureza que antes o ameaçava para servi-lo, sem dúvidas, o coloca acima dos demais seres do planeta.

Como se pôde perceber, desde os primórdios o homem revela-se Técnico, dominando outros objetos e elementos, transferindo-lhes a capacidade de fazer aquilo que habitualmente seria feito por meio de suas próprias mãos – essa é a essência da máquina.

Evidente que a humanidade passou por inúmeras fases e, sempre com sua engenhosidade aperfeiçoava cada vez mais suas máquinas. Tornando-se a Técnica algo vital do ser humano, que passou a buscar, além do útil, aquilo que lhe proporcionava conforto. Mas o avanço e os excessos tecnológicos ao mesmo tempo em que deixava a todos maravilhados e embasbacados, também preocupava aos olhos mais atentos, o que restou manifesto com a frequente utilização da tecnologia para fins militares.

Assim, é válida a preocupação de tantos estudiosos com os efeitos sociológicos das tecnologias, pois sua essência reside no ser humano que se adaptando aos seus usos e valores acaba por transformá-la. O progresso da ciência moderna e da tecnologia é rápido, sendo esse

o traço mais marcante na sociedade contemporânea. Testemunha-se “o fenômeno da aceleração histórica”. De modo que uma das propostas deste trabalho foi demonstrar que o progresso tecnológico em si nunca foi uma adversidade, mas sim a forma – digo, a velocidade – como ela avança, como percebemos e como a experimentamos.

Com os avanços na cibernética e na comunicação, e com o advento dos computadores para o tratamento de informações, surgiu a informática. Sendo estes pontos nodais da “Revolução da Informação” e a caracterização da chamada “Sociedade da Informação”, uma vez que hoje a tecnologia deixou de estar apenas ligada às máquinas, mas também às informações que são geradas e conduzidas por elas.

Por fim, a sociedade contemporânea está mergulhada em tecnologias de informação, e a internet parece ser o ícone dessa nova era. Uma era que facilita o acesso à informação desencadeando inúmeras transformações sociais.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA FILHO, J. C. de A.; CASTRO, A. A. **Manual de informática jurídica e direito da informática**. Rio de Janeiro: Forense, 2005.

ARENDT, H. **A condição humana**. Tradução: Roberto Raposo. 9. ed. Rio de Janeiro: Forense, 1999.

AZEVEDO, A. **Marco civil da internet no Brasil**. Rio de Janeiro: Alta Books, 2014.

BENNATON, J. **O que é cibernética**. São Paulo: Brasiliense, 1984.

BUNGE, M. **Filosofia de latecnología y otrosensayos**. Lima: Universidad Inca Garcilaso de la Veja, 2012.

CASTELLS, M. **A galáxia da internet: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade**. Tradução: Maria Luiza X. de A. Borges. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.

CASTELLS, M.. A Sociedade em Rede: do conhecimento à política. In: CASTELLS, M.; CARDOSO, G. (orgs.). **A Sociedade em Rede: do conhecimento à ação política**; Conferência. Belém: Imprensa Nacional, 2005.

DESMONDE. W. H. **Os computadores e sua utilização**. Tradução: Ladislau Franco Leal e Angel Pedreira Corton. São Paulo: Pioneira, 1974.

DONATO, H. **A palavra escrita e sua história**. São Paulo: Melhoramentos, 1951.

ESTAVILLO, J. J. R. **Derecho e Informática en México: informática jurídica y derecho de la informática**. México: UNAM/Facultad de Derecho, 1997.

FERNANDES, E. C. Mercado comum do sul. In: SCHOUERI, L. E. (org.). **Internet: O direito na era virtual**. Rio de Janeiro: Forense, 2001.

- FERREIRA, L. P. A Era da Informática e a Juscibernética. **Revista ABLJ**, n. 22, 2002.
- FIX-FIERRO, H. **Informática y documentación jurídica**. México: UNAM/Facultad de Derecho, 1990.
- GANDELMAN, H. **De Gutenberg à Internet: direitos autorais na era digital**. 4. ed. Rio de Janeiro: Record, 2001.
- GARCIA, D. de S. **Introdução à informática jurídica**. São Paulo: Bushatsky; Universidade de São Paulo, 1976.
- HABERMAS, J. **Técnica e ciência como ideologia**. Tradução: Artur Morão. Lisboa: Edições 70, 1968.
- HEIDEGGER, M. **A questão da técnica**. *ScientiaeStudia*, v. 5. n. 3. São Paulo, 2007.
- LEVY, P. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 1999.
- LUCCA, N. de. **Aspectos jurídicos da contratação informática e telemática**. São Paulo: Saraiva, 2003.
- LOSANO, M. G. **Informática jurídica**. Tradução: GiacominaFaldini. São Paulo: Saraiva, 1976.
- MARCUSE, H. **Guerra, tecnologia y facismo: textos inéditos**. Medellín: Universidad de Antioquia, 2001.
- MARCUSE, H. **A ideologia da sociedade industrial**. São Paulo: Zahar, 1982.
- MELO, J. M. de. **Comunicação social: teoria e pesquisa**. 4. ed. Petrópolis: Vozes, 1975.
- MESQUITA, E. de. **A técnica, o homem e a vida social**. São Paulo: Universitária de Direito, 1978.
- PINTO, Á. V. **O conceito de tecnologia**. v. 1. Rio de Janeiro: Contraponto, 2005.
- SERRANO, A. E. **Computadoras y Derecho: una introduccion a lainformaticajuridica**. Maracaibo: UniversidaddelZulia, 1975.
- SOUZA, S. I. N. de. **Lesão nos contratos eletrônicos na sociedade da informação: teoria e prática da juscibernética ao Código Civil**. São Paulo: Saraiva, 2009.
- TOFFLER, A. **O choque do futuro**. Tradução: Eduardo Francisco Alves. 3. ed. Rio de Janeiro: Record, 1970.
- WIENER, N. **Cibernética e Sociedade: o uso humano dos seres humanos**. Tradução: José Paulo Paes. 2. ed. São Paulo: Cultrix, 1954.
- WILLIAMS, R. **Towards 2000**. London: Chatto&Windus, 1983.

CAPÍTULO 11

“CAÇA AOS MONSTROS” E AS ESTRATÉGIAS PARA A INSERÇÃO DE NARRATIVAS NO JOGO DE CARDS DIGITAIS *HEARTHSTONE*

Fabricio Barbosa C., doutorando em Comunicação e Cultura Contemporâneas, UFBA

RESUMO


O presente artigo apresenta um estudo de caso do modo *single-player* “Caça os Monstros” (2018), do *cardgameHearthstone*, da Blizzard Entertainment. Com esta análise, destacam-se as possibilidades exploradas pelos desenvolvedores para subverter as expectativas relacionadas ao gênero de tal jogo e inserir elementos de *storytelling*, capazes de criar uma ambientação narrativa e contar diferentes histórias por meio de mecânicas e do *gameplay*. Considerando as histórias como um dos vários elementos presentes na constituição das formas compostas dos jogos digitais, e o caráter de imersão em forma de fluxo (*flow*) existente em tais obras, projetadas para um leitor-jogador que é também um interventor durante sua experiência de fruição, tomamos as cinco categorias propostas por Bizzocchi (2007) para a análise de narrativas em videogames e as aplicamos ao conteúdo de “Caça aos Monstros” (2018). O objetivo da análise foi verificar como elementos narrativos e de constituição de uma história foram inseridos em um ambiente de jogo primariamente competitivo e estratégico, como é comum ao gênero dos *card games*.

PALAVRAS-CHAVE: *card games*; *Hearthstone*; jogos digitais; narrativas.

INTRODUÇÃO

Dentre as produções midiáticas contemporâneas, é inegável o quanto os videogames têm se destacado e alcançado grande relevância, seja ela em termos financeiros – hoje os jogos digitais já lucram mais do que o dobro do valor arrecadado em bilheteria pelos cinemas nos Estados Unidos, por exemplo (BULLARD, 2018) –, seja ela em termos artísticos e de inovação – vide a implementação de recursos gráficos de ponta e novas tecnologias como 3D, realidade virtual e aumentada, entre outros. Ao observar a produção dessa indústria de maneira mais próxima, é notável também o quanto ela, cada vez mais, tem se relacionado com a linguagem de outras mídias – como o cinema, a televisão e os quadrinhos, entre outras – principalmente quando se consideram os elementos narrativos presentes nos jogos digitais.

A questão da inclusão de narrativas em videogames foi centro de um caloroso debate na área dos *game studies*, a partir de uma clássica disputa entre narratologistas e ludologistas (ESKELINEN, 2001; FRASCA, 2003; MURRAY, 2005; PEARCE, 2005). Atualmente, essa dicotomia entre narrativa e *gameplay* já foi, em certa medida, superada, dando lugar a outras




abordagens que procuram colocar história e jogabilidade lado a lado e ver como tais elementos se combinam na constituição dos jogos digitais. Neste artigo, em específico, partimos da noção de jogos como *formas compostas*, tal qual proposto por Jonas Linderoth (2015), considerando esses artefatos como obras de alto teor intertextual, nas quais se encontram e se mesclam elementos de diferentes linguagens artísticas, uma vez que parte considerável delas, além de proporem um passatempo, quebra-cabeça ou ação a ser realizada/performada, também contam histórias, apresentam personagens, mostram cenários, utilizam-se de música, dentre outros. Dessa forma, ao considerar jogos digitais como formas compostas, entende-se que, em sua constituição, existem várias estruturas interdependentes que atuam na construção da obra tal qual ela é apresentada ao público (LINDEROTH, 2015; DALMONTE & BARBOSA C., 2018).

No entanto, tal qual apontado por Bizzocchi (2007), quando se observa a produção acadêmica na área dos *game studies* mais recentemente, ainda existem alguns pontos conflituosos entre os diferentes modelos de análise da narrativa já aplicados; para o autor, tal “confusão” ainda é um resquício do antigo debate entre narratologistas e ludologistas e está centrado em dois pontos principais: 1) diferentes entendimentos em relação ao conceito de imersão e 2) fusão entre as noções de narrativa, arco narrativo e história. Para Bizzocchi (2007, p.01), com um melhor entendimento do conceito de imersão e interatividade em videogames e com o distanciamento do conceito de grande arco narrativo, é possível encontrar outros parâmetros para analisar as histórias em jogos digitais.

Bizzocchi (2007, p.01, tradução nossa) propõe um quadro de parâmetros narrativos para conduzir “uma análise mais precisa do papel da narrativa dentro do *design* do jogo e da experiência do jogo”. Tal modelo se organiza em torno de cinco elementos: 1) mundo da história – ambiente dentro do qual o jogo se desenrola; 2) personagem – quem são os seres que povoam esse mundo de jogo; 3) emoção – tanto as mostradas pelos personagens quanto as provocadas no jogador; 4) interface narrativa – como são as sensibilidades narrativas instanciadas na aparência e na funcionalidade do *design* da interface de jogo; e 5) micronarrativa – pequenos momentos de fluxo e coerência narrativa que ocorrem dentro de um contexto mais amplo de jogo.

Considerando as histórias como um dos vários elementos presentes na constituição das formas compostas dos jogos digitais, e seu caráter de imersão em forma de fluxo (*flow*) (CSIKSZENTMIHALYI, 1990), com um leitor-jogador que é um interventor durante sua experiência com a obra (AARSETH, 1997), tomamos essas cinco categorias propostas por




Bizzocchi (2007) e as aplicamos em um estudo de caso do modo *single-player* “Caça aos Monstros” (2018), do jogo de cartas digitais *Hearthstone*, da Blizzard Entertainment, a fim de verificar como elementos narrativos e de constituição de uma história foram inseridos em um ambiente de jogo primariamente competitivo e estratégico, como é comum ao gênero dos *card games*.

A escolha por tal obra se deu pelo fato desse modo de jogo, em específico, subverter as expectativas relacionadas ao gênero dos *card games* ao incorporar uma história, apresentada por meio de desafios que precisam ser cumpridos enquanto o jogador utiliza as cartas à sua disposição. Tomando como ponto de partida o modelo de Bizzocchi (2007), observa-se quais recursos, técnicas e estratégias foram utilizadas pelos desenvolvedores ao tentar equilibrar narrativa e jogabilidade na forma composta do jogo por eles apresentado.

A ascensão dos card games: de Magic: The Gathering até as Aventuras de Hearthstone

Card games (ou CCGs – sigla para *collectiblecard games*) são um tipo de jogo bastante popular desde a década de 1990, com o lançamento de *Magic: The Gathering*, que se tornou um fenômeno ao alcançar um grande número de fãs e jogadores em todo o mundo e se consolidou como a principal referência para o gênero (GARCÍA-SÁNCHEZ *et al.*, 2016). Originalmente jogos físicos, com as cartas impressas em papel visando a venda e/ou troca entre os usuários, os *card games* aos poucos foram se multiplicando também na forma digital, impulsionados pelo sucesso de grandes franquias transmidiáticas como *Pokémon* e *Yu-gi-oh*. Embalada pela crescente onda de interesse por esse gênero de jogo, a *Blizzard Entertainment* anuncia em 2013 o *card game* “*Hearthstone: Heroes of Warcraft*”, lançado oficialmente em plataforma digital (para computadores e dispositivos móveis) no ano de 2014, com modelo *free-to-play* e diretamente inspirado nos personagens e histórias de *World of Warcraft*, outro jogo de grande sucesso também de autoria da empresa. Desde seu lançamento, *Hearthstone* ganhou notoriedade dentro do segmento dos *card games*, conquistando considerável aclamação da crítica e do público e recebendo vários prêmios, entre eles o de melhor jogo de estratégia e de melhor jogo para dispositivos móveis nos anos de 2013 e 2014 (MAKUCH, 2014), logo após seu período beta e lançamento oficial. Recentemente, conforme divulgado pela Blizzard, *Hearthstone* atingiu a marca de 100 milhões de jogadores cadastrados em todo o mundo (BLIZZARD, 2018).


Sobre a jogabilidade, de maneira simplificada, *Hearthstone* se apresenta como um duelo de cartas, em que cada jogador possui um deck (baralho composto por 30 *cards*) repleto



de diferentes recursos (lacaos, feitiços, armas), que devem ser utilizados em um revezamento de turnos entre os jogadores, com o objetivo de reduzir os pontos de vida de seu adversário até zero (cada jogador começa com 30 pontos de vida). O primeiro jogador a atingir esse objetivo é considerado o vencedor da partida. A complexidade do jogo se apresenta, principalmente, durante a construção dos decks: diferentemente de jogos como dama e xadrez, nos quais cada jogador começa com os mesmos tipos de peças que seu adversário, em *Hearthstone* existem nove classes diferentes a serem escolhidas (mago, bruxo, paladino, sacerdote, druida, xamã, ladino, guerreiro e caçador), com cada classe tendo acesso a diferentes e exclusivos tipos de cartas, que permitem combinações e estratégias de jogo bastante únicas. Além disso, a cada quatro meses em média, a Blizzard lança atualizações que introduzem novos conjuntos de cartas ao jogo, que podem ser utilizadas pelos jogadores para a construção de decks diferentes, de forma a garantir que o *gameplay* esteja sempre se renovando.

Em termos de *design de jogo*, conforme sinalizado por Falcão e Marques (2017), *Hearthstone* foi projetado com múltiplas camadas de complexidade, que permitem que o título possa se apresentar tanto como um passatempo rápido, divertido e acessível para jogadores com perfil casual, quanto como uma atividade com maior aprofundamento, estratégia e complexidade para jogadores competitivos e/ou profissionais. Indo além do modelo puramente competitivo, *Hearthstone* também procura investir em conteúdo *single-player*, introduzindo modos nos quais o jogador enfrenta a própria inteligência artificial do jogo (IA). Esse tipo de desafio já estava presente desde o lançamento, no modo de treino, no qual os jogadores poderiam aprender as funções básicas do jogo e praticar suas habilidades contra a IA antes de enfrentar jogadores reais em partidas ranqueadas. No entanto, esse tipo de modalidade evoluiu e começou a inserir elementos de história com o lançamento das Aventuras, sendo a primeira delas disponibilizada em julho de 2014, sob o título *Maldição de Naxxramas*.

As Aventuras foram pensadas como uma maneira mais lúdica de inserir novo conteúdo no jogo: ao invés de apenas oferecer novos *cards* para compra na loja, *Hearthstone* ofereceria, ao invés disso, “Alas de Aventura”, que são conteúdos *single-player* nos quais o jogador participa de duelos contra os “chefes” (*bosses*), controlados pela inteligência artificial do jogo. Eles são inimigos especiais, geralmente mais fortes e com habilidades exclusivas, que devem ser derrotados para que o jogador ganhe os *cards* novos daquele conjunto como recompensa. Dessa forma, as novas cartas eram desbloqueadas para uso no modo competitivo



do jogo ao mesmo tempo em que se oferecia um tipo de interação diferente para o jogador. Após os resultados positivos de *Naxxramas* (2014), as Aventuras continuaram a ser lançadas esporadicamente, geralmente intercalando o lançamento das expansões tradicionais (aquelas onde apenas eram adicionados novos *cards* ao jogo, sem conteúdo *single-player*). As Aventuras seguintes foram *Montanha Rocha Negra* (2015), *A Liga dos Exploradores* (2015) e *Uma Noite em Karazhan* (2016).

Com o crescimento de *Hearthstone* e a necessidade de mudança nos modelos do negócio, a Blizzard começa a alterar a tradição das Aventuras com o lançamento da expansão *Cavaleiros do Trono de Gelo*, em 2017. O principal problema com as Aventuras é que elas ofereciam uma quantidade menor de *cards* novos (entre 30 e 45 por conjunto) se comparado com as expansões tradicionais (em torno de 130 por conjunto), e tais *cards* ficavam bloqueados pelos desafios do conteúdo *single-player* – mesmo um jogador que não se interessasse por tal modo se via obrigado a concluir as Aventuras para finalmente poder ter acesso àqueles recursos. Com *Trono de Gelo* (2017), optou-se por separar as duas coisas: um novo conjunto completo de 135 *cards* foi adicionado a *Hearthstone* de forma tradicional e, paralelamente, um novo modo *single-player* independente, com os personagens e a temática da expansão, foi disponibilizado com outros tipos de recompensa, como pacotes com *cards* aleatórios e itens cosméticos.

Por ser a expansão que marcou a transição para um novo modelo, o conteúdo *single-player* de *Trono de Gelo* (2017) ainda remeteu bastante às antigas Aventuras, com o mesmo modelo de diferentes chefes divididos em alas. Apenas com a expansão seguinte, *Kobolds & Catacumbas* (2017), viu-se uma transformação mais marcante no conteúdo *single-player*: dessa vez, foi introduzido o conceito de *dungeonrun* (“sessão de masmorra”, na tradução do jogo para o português), na qual, após o jogador escolher uma das classes de *Hearthstone*, era desafiado a derrotar oito chefes aleatórios em sequência, com o último deles sendo sempre especial e mais poderoso. Além da aleatoriedade das batalhas, dessa vez o jogador começava com um deck pré-montado de acordo com a classe escolhida, e conforme ia avançando nos duelos, liberava diferentes “tesouros” e “conjuntos de *cards*” para adicionar ao seu deck. A estratégia principal era saber escolher os melhores tesouros e *cards* para criar um deck mais forte, que fosse capaz de garantir que o jogador chegasse até o final da rodada de oito batalhas (caso ele fosse derrotado no meio do caminho, era necessário recomeçar desde o início). Ao concluir as sessões de masmorra com todas as nove classes disponíveis, o jogador desbloqueava um verso de *card* exclusivo para celebrar tal conquista.

Dessa forma, enquanto *Trono de Gelo* (2017) se desvincilhou da obrigação de colocar *cards* novos “bloqueados” por batalhas contra chefes, *Kobolds & Catacumbas* (2017) deu um passo além ao suprimir a necessidade de seguir um roteiro pré-determinado em tais batalhas contra a IA, inserindo o fator de aleatoriedade e criando um novo tipo de jogabilidade que focava na estratégia dos jogadores ao melhorar seus decks. No entanto, em relação aos aspectos narrativos, a “fantasia” presente em tais confrontos ainda era bastante simples, se resumindo a alguns poucos diálogos que revelavam a identidade de cada um dos chefes. É apenas a expansão seguinte, *O Bosque das Bruxas* (2018), que vai se valer do modelo das sessões de masmorra e explorar suas possibilidades narrativas ao máximo, ao introduzir em seu gameplay a história dos valentes cidadãos da fictícia cidade de Guilnéas, que se unem para enfrentar a ameaça da temível bruxa Hagatha em um novo modo de jogo chamado “*Caça aos Monstros*”. Na seção seguinte, analisa-se mais detalhadamente o conteúdo *single-player* de *O Bosque das Bruxas* (2018) a partir das cinco categorias de análise narrativa definidas por Bizzocchi (2007).


Analisando a narrativa em *Caça aos Monstros* (2018)

I – O mundo da história

Henry Jenkins conecta o conceito de “mundo da história” a um conceito de narrativa espacial que tem raízes nas histórias de jogos narrativos e pré-eletrônicos (Jenkins, 2004, p. 121-124). Utilizando o termo “*environmentalstorytelling*”, Jenkins refere-se a um estágio em que história e jogo podem atuar juntos, mas também podem evocar associações narrativas preexistentes, incorporar informações narrativas na *mise-en-scène* e fornecer recursos necessários para o jogo em si.

No caso de *Hearthstone*, a construção desse “ambiente da narrativa” começa semanas antes do lançamento de uma nova expansão, com uma intensiva campanha de divulgação, que se vale de trailers, *lives* de revelação de cartas e outros recursos adicionais para transmitir ao público a temática do conjunto de *cards* que será adicionado ao jogo – assim, quando a expansão é lançada, o público já foi, em certa medida, “educado” sobre o seu conteúdo e já sabe o que esperar.

O mundo de *O Bosque das Bruxas* (2018) é uma adaptação direta de uma das regiões disponíveis no jogo *World of Warcraft*, a cidade de Guilnéas. Os habitantes dessa cidade são afligidos por uma maldição e têm a capacidade de se transformar em *worgens*, criaturas metade lobo, metade humano (semelhantes a um lobisomem). *Hearthstone* expande esse




universo inserindo os mistérios do Bosque das Bruxas, localizado nos arredores da cidade, que foi corrompido pela bruxa Hagatha (personagem inédita e até então exclusiva de *Hearthstone*) e teve seus seres transformados em terríveis monstros. Dessa forma, liderados pelo seu governante GennGreymane, os habitantes de Guilnéas precisam se unir para derrotar Hagatha e sua horda de monstros e garantir a paz no local.

O elemento central de *Hearthstone* são suas cartas, e elas são as principais responsáveis por introduzir a temática do mundo da expansão: as cartas dos *worgens*, por exemplo, se transformam na mão dos jogadores, sinalizando que aqueles personagens ora são humanos, ora são lobos; existem cartas com a mecânica de “eco”, que permitem que sejam jogadas repetidamente, evocando um efeito fantasmagórico; e todas as cartas, de maneira geral, procuram ilustrar os temíveis monstros corrompidos por Hagatha ou os bravos cidadãos de Guilnéas, suas armas e estratégias.

II – Os personagens

O modo *single-player* “*Caça os Monstros*” é fortemente construído em torno de seus quatro protagonistas. Diferentemente das sessões de *masmorra*, em que o jogador escolhia uma classe para começar a montar seu deck e enfrentar a sequência de oito chefes, dessa vez, se escolhe um dos heróis de Guilnéas, que irão adentrar o Bosque das Bruxas para interromper as ações da bruxa Hagatha.

Cada um dos quatro heróis tem uma identidade e história bem definidas, e são construídos tomando como base uma classe pré-existente no jogo: assim, temos Tess Greymane como ladina, Mestre de Matilha Shaw como caçador, Darius Crowley como guerreiro e Toki, a Troca-Tempo como maga. Para construir a identidade de cada um desses personagens, eles foram criados com opções de fala diferentes das originais para cada classe, bem como com novas habilidades que reforçassem sua narrativa: Tess é uma espã-rastreadora, e possui uma bolsa de recursos que pode utilizar para recuperar *cards* que foram jogados anteriormente, tanto por ela quanto pelos adversários; Shaw é um caçador, e vem acompanhado de sua matilha de cães farejadores; Darius é especialista em combate armado, então suas batalhas sempre começarão com um canhão em campo, que ele pode posicionar e disparar visando a diferentes estratégias; e Toki tem a habilidade de controlar o tempo, permitindo que o jogador recomece o seu turno e desfça ações anteriores das quais ele tenha se arrependido. Assim, vemos as mecânicas de jogo ajustadas para apoiar a construção narrativa de cada um dos protagonistas.




Outro elemento que destaca o quanto os personagens foram alinhados com a mecânica a fim de suportar a narrativa geral de *O Bosque das Bruxas* (2018) se dá por meio da figura da grande vilã, a bruxa Hagatha. Ao contrário das sessões de masmorra de *Kobolds & Catacumbas* (2017), que terminavam após você concluir os confrontos com as nove classes, em “*Caça os Monstros*” há um desafio final, que é liberado após você derrotar todos os oito chefes com cada um dos quatro protagonistas. Nesse desafio final, os quatro heróis se unem numa batalha definitiva contra Hagatha que, como esperado, é um adversário bastante forte, com 100 pontos de vida e uma série de habilidades poderosas. Nesse último confronto, o jogador tem a opção de alternar entre os quatro heróis e utilizar as diferentes habilidades de cada um deles para finalmente dar fim ao mal que assola os cidadãos de Guilnéas. Mais do que apenas uma batalha contra um adversário difícil, durante tal confronto os personagens interagem entre si conforme vão sendo jogados, com diferentes linhas de diálogo, que revelam mais de suas motivações e sentimentos durante aquela derradeira batalha e, por mais que a ordem em que os heróis entram em campo possa ser alterada pelo jogador, ainda assim a última batalha de “*Caça os Monstros*” consegue produzir uma atmosfera de clímax e encerramento para a história de *O Bosque das Bruxas* (2018).

III – A emoção

Conforme sinalizado por Bizzocchi (2007, p.05) a emoção em jogos é um fenômeno complexo. Perron (2004) examina tal assunto de perto, inicialmente separando a identificação com a emoção expressa pelos personagens dentro do jogo, a qual ele chama de emoção “ficcional/de testemunha”, das emoções geradas pelo processo de jogo em si (PERRON, 2004, pp. 132-141, tradução nossa). Em “*Caça aos Monstros*”, embora não seja possível mapear o primeiro tipo de emoção, uma vez que diferentes indivíduos se identificarão e se emocionarão com diferentes aspectos da narrativa, é possível localizar, ao longo do *gameplay*, algumas escolhas dos criadores que muito possivelmente foram inseridos para gerar um fator “surpresa” e provocar determinadas emoções nos jogadores de maneira deliberada.

É possível citar, como exemplo, a batalha da heroína Toki contra seu chefe final: caso o jogador esteja se saindo bem, o adversário irá se valer dos mesmos poderes de voltar no tempo que Toki possui para reiniciar a partida do zero – no entanto, o inimigo recupera todos os seus pontos de vida, enquanto o jogador não tem acesso a tal benefício. De maneira semelhante, durante a batalha final contra a bruxa Hagatha, um dos recursos que possivelmente surpreende os jogadores é uma carta exclusiva da vilã, chamada “Amalgamar”, que destrói todos os lacaios que estiverem em campo (tanto do lado do jogador quanto do lado



da bruxa) e os funde em um único e imenso monstro, com todos os pontos de ataque e de vida acumulados, com o qual jogador agora terá que lidar. Em ambos os casos, percebemos que o recurso utilizado pelos desenvolvedores para gerar essa emoção nos jogadores é a subversão das regras: tais ações não são permitidas normalmente no jogo, e um personagem ser capaz de utilizar recursos tão poderosos e inéditos contribui para a quebra das expectativas e para a inserção de elementos de novidade à experiência do *gameplay*.


IV – A interface narrativa

Sobre o *design* da interface, o centro de todas as ações em *Hearthstone* é o tabuleiro no qual são jogadas as cartas e existe a tradição de inserir um novo *layout* de tabuleiro a cada nova expansão que é lançada. Em *O Bosque das Bruxas* (2018) não é diferente, e temos um tabuleiro construído com uma série de elementos que remetem à temática da expansão. Do lado esquerdo do campo, vemos elementos que fazem referência ao bosque, com um caldeirão de bruxa rodeado por diferentes ingredientes para poções e uma árvore amaldiçoada que reage caso o jogador clique sobre ela. Do lado direito, temos duas construções que remetem ao estilo vitoriano da arquitetura de Guilnéas, com um sobrado e uma carroça. Também é possível interagir clicando sobre a construção, revelando espíritos e raios, seguindo a temática fantasmagórica da expansão.

A interface do modo *single-player* também foi aproveitada para inserir pequenos elementos narrativos: durante as telas de carregamento antes de cada batalha, a bruxa Hagatha aparece e provoca o jogador, ressaltando algumas das características do monstro que ele terá que enfrentar em seguida, contribuindo para a criação da atmosfera de rivalidade, bem como contextualizando a personalidade e história de fundo de cada um dos inimigos enfrentados.

V – As micronarrativas

Bizzocchi (2007) sinaliza que, embora defenda que se abandone a ideia de arco narrativo ao analisar jogos digitais, ainda assim, à medida que se examina momentos individuais menores dentro do jogo, o conceito de “arco localizado” assume uma força considerável. Para o autor, o contexto dinâmico do jogo é constantemente configurado com novas complicações e desafios, com a própria jogabilidade servindo como uma instanciação da fase de desenvolvimento da narrativa, e os sucessos e fracassos intermediários agindo como resoluções intermediárias e pontos de clímax localizados. Jenkins (2004, p.125) conecta esse fenômeno a um conceito que ele chama de “micronarrativa” em contextos mais tradicionais. Com esse termo, ele se refere a momentos de arco narrativo breve, porém




autocontido, inseridos em um desenvolvimento narrativo mais longo. Dessa forma, por mais que não seja sempre possível ou viável considerar o percurso narrativo da obra como um todo enquadrado dentro daquilo que se entende como “grande arco narrativo”, ainda assim é possível localizar estruturas menores inseridas na narrativa do jogo que se assemelham a essa construção mais tradicional.

Em “*Caça aos Monstros*”, é possível observar isso ao analisar a trajetória de cada um dos quatro heróis. Ainda que eles estejam se unindo para enfrentar o mal maior representado pela bruxa Hagatha, e que os encontros com os monstros sejam aleatórios, há um elemento inserido para dar um desfecho à história de cada um deles, constituindo uma micronarrativa. Após enfrentar sete monstros aleatórios, cada herói será encaminhado para uma batalha final sua, individual, contra um arqui-inimigo exclusivo. Uma dessas batalhas, a de Darius Crowley contra Lord Godfrey, evoca uma rivalidade vivida por esses mesmos personagens no jogo *World of Warcraft*. Já Toki, personagem exclusiva de *Hearthstone*, se vê confrontada com as consequências de suas próprias ações – durante todas as batalhas, ela utilizava seus poderes para voltar no tempo e alterar os resultados das partidas e, agora, em seu último desafio, precisa enfrentar ela mesma, mas em uma versão mais velha, vinda do futuro com a missão de fazer com que a personagem pare de bagunçar as linhas do tempo. Dessa forma, por mais que tais micronarrativas não sejam o foco principal da trama de “*Caça aos Monstros*”, elas auxiliam no desenvolvimento narrativo do jogo ao adicionar profundidade aos personagens e oferecer momentos em que os jogadores possam conhecer um pouco mais das motivações e histórias pessoais de cada um dos quatro protagonistas.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

No presente artigo apresentamos um estudo de caso do modo *single-player* “*Caça os Monstros*” (2018), do *cardgameHearthstone*, da Blizzard Entertainment. Com essa análise, destacamos as possibilidades exploradas pelos desenvolvedores para subverter as expectativas relacionadas a um gênero de jogo primariamente competitivo e inserir elementos de *storytelling* capazes de criar uma ambientação narrativa e contar diferentes histórias por meio do *gameplay*. A partir da exploração desse jogo seguindo as categorias definidas por Bizzocchi (2007), é possível tecer algumas considerações. A primeira delas é a de que, apesar de concordarmos com tal autor sobre a necessidade de distanciamento de noções como a de “grande arco narrativo”, pelo fato de nem todos os jogos serem capazes de (ou quererem) seguir tal modelo, ainda assim percebemos que o fato de possibilitar ao jogador o controle sobre o desenrolar da narrativa não impede, necessariamente, que a obra apresente um roteiro



com início, meio e fim. No caso analisado, mesmo com a aleatoriedade das batalhas contra os chefes, os desenvolvedores conseguiram amarrar a narrativa geral apresentada com a inserção de uma batalha final pré-definida, na qual os protagonistas – caso o jogador consiga vencer tal duelo – finalmente derrotam e colocam um fim à ameaça da vilã Hagatha. A diferença principal, nesse caso, é que o jogador precisa “conquistar o direito” de presenciar tal desfecho, vencendo todas as batalhas que precedem e conduzem até ele. Certamente muitos jogadores não chegarão a vivenciá-lo, seja por desinteresse de concluir as batalhas, inabilidade de passar pelos diferentes estágios dos desafios ou qualquer outro motivo – no entanto, ainda assim, a história possui uma conclusão e ela está lá, disponível para aqueles que se propuserem a interagir com a obra em sua totalidade. E, considerando apenas a história de “*Caça os Monstros*” em si, mesmo aqueles que, por qualquer motivo, não joguem o duelo final contra Hagatha, ainda assim podem facilmente ter acesso a ele por meio dos inúmeros vídeos de *gameplay* de tal momento, gravados e compartilhados por outros jogadores em diferentes plataformas, como Twitch, YouTube e afins.

Isso nos leva à nossa segunda consideração: é inegável o quanto “*Caça aos Monstros*” (e os jogos digitais, de forma mais geral) recorrem a estratégias narrativas que já são amplamente conhecidas e utilizadas por outras obras midiáticas de grande alcance, como filmes, séries, quadrinhos, entre outros. O roteiro de “*Caça aos Monstros*” é algo bastante similar ao de inúmeros outros filmes de mistério/suspense disponíveis no mercado, e o jogo certamente se vale de uma presumida experiência anterior do jogador com outras obras desse gênero que, por consequência, facilitarão o entendimento do desenrolar da história sem que o jogo precise desenvolver exaustivamente o seu roteiro. Voltamos aqui a um ponto defendido anteriormente (DALMONTE & BARBOSA C., 2018), de que os videogames integram hoje aquilo que Marsha Kinder (1991) chamou de *supersistemas de entretenimento*: sistemas de intertextualidade transmídia através de diferentes mídias narrativas, incluindo filmes, televisão, jogos, entre outros, que objetivam a criação de uma nova geração de consumidores capitalistas, com um grau avançado de letramento midiático, que consomem não apenas o jogo digital, mas ainda as mais variadas formas midiáticas disponíveis dos produtos culturais de seu interesse.

Ao considerar videogames como parte de supersistemas de entretenimento mais amplos, torna-se possível localizar referências de recursos de outras mídias que são facilmente e recorrentemente incorporados na construção dos jogos digitais com fins narrativos, com a certeza de se estar lidando com um público familiarizado e letrado dentro das premissas

narrativas mais comumente difundidas pelos produtos midiáticos de determinada época. Da mesma forma que “*Caça aos Monstros*” incorpora clichês de filmes e livros de mistério, outros jogos se inspiram em faroestes americanos (*RedDeadRedemption*) ou em mitologias específicas (*Godof War*), por exemplo. Assim, ainda que a equipe de desenvolvimento de um jogo digital não precise tomar para si a responsabilidade de construir um grande arco narrativo, ela pode partir da premissa de que esse arco já existe, já foi replicado inúmeras vezes em outros suportes e já é um velho conhecido do público que irá jogar sua obra.

REFERÊNCIAS

AARSETH, Espen. **Cybertext: Perspectives on Ergodic Literature**. Baltimore, The Johns Hopkins University Press, 1997.

BARBOSA C., Fabrício. **Cultura de Produção de Videogames e as Diretrizes para a Inclusão de Narrativas em Jogos Digitais na Contemporaneidade**, in: Anais do XX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, UNEB, Juazeiro – BA, 5 a 7 de julho de 2018.

_____. **Diretrizes para a produção de videogames na contemporaneidade: o caso Telltale Games**, in: Anais do XIV Enecult – Encontro de Estudos Multidisciplinares em Cultura, UFBA, Salvador – BA, 7 a 10 de agosto de 2018.

_____. **Caçando monstros em *Hearthstone*: desafios para a inclusão de narrativas em jogos digitais contemporâneos**, in: Anais do IV Congresso Internacional sobre Culturas – Memória e Sensibilidade: Cenários da Experiência Cultural Contemporânea, UFRB, Cachoeira – BA, 21 a 23 de novembro de 2018.

BIZZOCCHI, Jim. **"Games and Narrative: An Analytical Framework"** in Loading - the Journal of the Canadian Games Studies Association, Vol. 1, No 1 (2007).

BLIZZARD. Comemorando 100 milhões de jogadores!. **Hearthstone Blog**, 2018. Disponível em: <https://playhearthstone.com/pt-br/news/22636890/comemorando-100-milhoes-de-jogadores> (último acesso em 12/08/2020).

BULLARD, Benjamin. Video Games earn more than double the entire U.S. box office in first half of 2018. **SyFyWire**, 2018. Disponível em: <https://www.syfy.com/syfywire/video-games-earn-more-than-double-the-entire-us-box-office-in-first-half-of-2018> (último acesso em 12/08/2020).

CSIKSZENTMIHALYI, M. **Flow: The Psychology of Optimal Experience**. New York: Harper & Row, 1990.

DALMONTE, Edson; BARBOSA C, Fabrício. **O jogo dos tronos: videogames e cutscenes no projeto transmidiático de *Game of Thrones***. In: Revista INTERIN, v.23, n.1, jan/jun.2018.

ESKELINEN, M. **Towards computer game studies**, In: *Digital Creativity*, 12: 3, pp. 175–83, 2001.

FALCÃO, Thiago; MARQUES, Daniel. **Pagando para vencer: cultura, agência e bens virtuais em videogames**, in Anais do XXVI Encontro Anual da Compós, Faculdade Cásper Líbero, São Paulo - SP, 06 a 09 de junho de 2017.

FRASCA, G. **Ludologists love stories, too: Notes from a debate that never took place**, In M. Copier and J. Raessens (eds), *Level Up: Digital Games Research Conference Proceedings*, Utrecht: Utrecht University, pp. 92–97. 2003.

GARCÍA-SÁNCHEZ, Pablo *et al.* “**Evolutionary Deckbuilding in HearthStone**”, in IEEE Conference on Computational Intelligence and Games (CIG), Santorini, Greece, 2016.

JENKINS, J. “**Game Design as Narrative Architecture**”, in *First Person: New Media as Story, Performance, and Game*, eds. Wardrip-Fruin, N. and Harrigan, P., MIT Press, Cambridge, MA, 2004.

KINDER, M. **Playing with Power in Movies, Television, and Video Games: From Muppet Babies to Teenage Mutant Ninja Turtles**. Berkeley: University of California Press, 1991.

LINDEROTH, Jonas. **Creating stories for a composite form: Video game design as Frame Orchestration**, in *Journal of Gaming & Virtual Worlds*, 7: 3, pp. 279–298, 2015.

MAKUCH, Eddie. Dragon Age: Inquisition wins GOTY at Game Awards. **Gamespot**, 2014. Disponível em: https://www.gamespot.com/articles/dragon-age-inquisition-wins-goty-at-game-awards/1100-6424005/e/#cite_note-106 (último acesso em 12/08/2020).

MURRAY, Janet H. **The last word on ludology v. narratology in game studies**, In: *Changing Views: World in Play*, The International DiGRA Conference, Vancouver, Canada, 2005.

PEARCE, C. **Theory wars: An argument against arguments in the so-called ludology/narratology debate** In: *Changing Views: Worlds in Play*, Proceedings of the International DiGRA Conference, Vancouver, Canada, 2005.

PERRON, B. **Sign of a Threat: The Effects of Warning Systems in Survival Horror Games** In: *COSIGN 2004 Proceedings*, University of Split (2004), ed. Andy Clarke, Split, Croatia, 2004.

Referências de jogos digitais:

God of War. Santa Monica Studio, 2018.

Hearthstone. Blizzard Entertainment, 2013-atual.

Magic: The Gathering. Wizards of the Coast, 1993-atual.

Pokémon Trading Card Game. Nintendo, 1996-atual.

Red Dead Redemption. Rockstar Games, 2010.

World of Warcraft. Blizzard Entertainment, 2004-atual.

Yu-Gi-Oh! Trading Card Game. Konami, 1996-atual.

CAPÍTULO 12

EDUCAÇÃO 4.0: DESAFIOS NA CONQUISTA POR UMA APRENDIZAGEM AUTÔNOMA E AUTORAL, APLICADA ÀS CIÊNCIAS EXATAS NO ENSINO SUPERIOR, VIA *WHATSAPP*

DOI: 10.47402/ed.ep.c2020100012759

Gilselene Garcia Guimarães, Docente, Universidade Estácio de Sá

RESUMO

O atual cenário que demonstra as transformações que os processos de ensino-aprendizagem vêm passando promove uma ampla e complexa discussão que envolve diversas temáticas tais como: inteligência artificial, robótica e utilização de plataformas diversificadas, que representam novos modos de agir, de pensar, de produzir e se relacionar na sociedade. Nesse contexto, novas áreas educacionais são direcionadas para a interação com alguns destes temas, que são alicerces da Educação 4.0, dando origem a um novo contexto educacional que busca alcançar uma nova forma de aquisição do conhecimento. Vale ressaltar que o termo Educação 4.0 nasce de uma correlação à quarta revolução industrial, onde o uso da internet e a integração de todos os dados propõem uma adaptação do ambiente acadêmico e a realidade do mundo digital. Muitas questões emergem diante da nova realidade que continua preocupando educadores, pesquisadores da educação, além de gestores de instituições de ensino superior (IES), em âmbito nacional. Dentre as quais destacam-se: de que modo as IES estão sendo preparadas para enfrentar o desafio lançado pela Educação 4.0, diante de uma perspectiva tão inovadora e atraente?; o conhecimento, as habilidades e as competências exigidas para este novo contexto estão presentes na dinâmica destas instituições?; o mundo acadêmico convencional atende satisfatoriamente à demanda e expectativa do mercado de trabalho? Desse modo, é visível o crescimento do número de instituições educacionais que apostam na inovação como uma proposta de ação capaz de contribuir para a aquisição de habilidades e competências, pelos discentes, em um contexto que se mostra volátil, incerto, ambíguo e complexo. Buscar abordagens educacionais que viabilizam o progresso do discente na construção autônoma do seu processo cognitivo é entender e reconhecer que é possível promover o indivíduo com competências capaz de torná-lo um cidadão crítico e reflexivo. Nesse contexto, este projeto quer inquirir, junto aos discentes do curso de Engenharia e Sistema de Informações, da Universidade Estácio de Sá, campus Cabo Frio/RJ, quais novas estratégias atenderiam à demanda de minimizar os conflitos gerados pela complexidade dos conteúdos das disciplinas que compõem as ciências exatas, através do dispositivo móvel, utilizando a ferramenta do *WhatsApp*. A complexidade do mundo atual combina diversos aparatos digitais indicando que modelos tradicionais de aprendizagem estão cada vez mais fadados ao insucesso. Em muitos ambientes acadêmicos ainda se prioriza um processo unificado da aprendizagem cognitiva. De fato, estimular o desenvolvimento de habilidades e competências nos discentes é tarefa árdua e contínua, mas, sempre mais possível de ser concretizada quando existe o propósito de mergulhar em um processo inovador, confrontando soluções criativas e criando impacto positivo.

PALAVRAS CHAVES: Aprendizagem Autoral; *WhatsApp*; Inovação.

INTRODUÇÃO

Há muito se pensa e prepara-se para uma grande mudança no movimento do processo de ensinar e aprender a partir dos ambientes institucionais. Muitos são os teóricos que exibem novas trajetórias e estratégias no campo da educação, após muito estudo, pesquisas e algumas experimentações.

Entretanto, a “virada” radical que o processo de aprendizagem exige, onde o aluno assume, verdadeiramente, o comando do seu aprendizado, nunca aconteceu de fato por inúmeros motivos. Estes justificam, satisfatoriamente, a permanência nas tradicionais ações que propõem a busca pelo conhecimento.

Vale ressaltar que todos estes motivos apresentam uma fundamentação radicalmente contextualizada, seja social ou emocionalmente. Dentre tantos se pode destacar a insegurança dos docentes diante de uma nova realidade de aprendizado, ou o despreparo, dos mesmos, para conseguir socializar o conhecimento de forma diferente, porque muitos não tiveram a formação para “ensinar” em um novo formato, ou ainda, a falta de ferramentas operacionais que facilitam e promovem ações inovadoras através do uso da internet, e tantos outros motivos, verdadeiros e reais.

Por outro lado, vê-se um cenário avassalador impulsionado pela tecnologia que surge com a grande vantagem de propiciar, flexibilizar e incrementar a dinâmica do ensinar e aprender, partindo de um lugar de colaboração e co-participação.

A este movimento de personalização do ensino estimulado pela experimentação foi atribuído a nomenclatura de Educação 4.0. E, está terminologia, 4.0, não é, em hipótese nenhuma uma grande novidade. O termo teve sua primeira aparição no ano de 2012, na Alemanha, no setor da indústria. A intenção era identificar fábricas inteligentes utilizando recursos inovadores.

E, é deste lugar de busca por inovação que se desenvolve esta pesquisa. Um lugar que procura entender como colaborar, criar, pesquisar e compartilhar conceitos, expectativas e experimentos cada vez mais imersos no processo de ensino e aprendizagem.

E é mantendo-se neste lugar que, buscou-se atender ao cronograma aprovado em edital da Pesquisa Produtividade, iniciada em fevereiro de 2020, de modo que, neste período de três meses, as atividades propostas foram cumpridas parcialmente devido ao inesperado convite para o afastamento social por conta do COVID 19. Apenas a aplicação do

questionário em grupo não foi finalizado e encontra-se em andamento. Portanto, foram realizadas as seguintes atividades: o levantamento bibliográfico e a aplicação do questionário do tipo aberto, individual através do *WhatsApp*, cujos resultados são demonstrados a seguir.

REFERENCIAL TEÓRICO

Apresentar aqui o levantamento bibliográfico realizado permite uma releitura de todas as reflexões incorporadas ao processo de pesquisa.

Investigar a concepção de um processo de ensino e aprendizagem, utilizando a ferramenta do *WhatsApp*, aplicada no ensino superior para as disciplinas de exatas, determina a aceitação desta tecnologia como uma estratégia que introduz e fomenta desafios impostos na conquista por uma aprendizagem autônoma e autoral.


Serres (2013), adverte que

(...) temos jovens os quais pretendemos ensinar, em estruturas que datam de uma época que eles não reconhecem mais: prédios, pátios de recreio, salas de aula, auditórios universitários, campus, bibliotecas, laboratórios, os próprios saberes...Estruturas que datam, dizia eu, de uma época e adaptadas a um tempo em que seres humanos e o mundo eram algo que não o são mais. Então faço três perguntas: O que transmitir? A quem transmitir? Como transmitir? (SERRES, 2013, p.24)

Neste contexto, considerar um processo de aprendizagem autônoma não pode estar desconectado do processo de socialização e compartilhamento. A proposta de ser autônomo não se aproxima nem um pouco da proposta de ser individualista. Portanto, cabe a nós o mesmo questionamento sobre o que iremos transmitir, para quem e como faremos esse processo de compartilhamento e construção do conhecimento.

Bouhnik e Deshen (2014) indica pontos importantes que justificam a escolha do aplicativo *WhatsApp* como satisfatório no processo de aprendizagem. Um deles trata do benefício técnico que esta ferramenta oferece com baixo custo, grande eficiência e acessibilidade, além da proposta do uso de uma linguagem simples e cotidiana.

Algumas pesquisas já se desenvolveram acerca desta temática quando o foco se concentra, principalmente, na relação aluno professor e/ou no processo de ensino aprendizagem de disciplinas com conteúdos diferentes da área de exatas. Dentre as pesquisas internacionais tem-se autores como: BOUHNİK, D.; DESHEN, M. (2014); RAMBE, P.; BERE, A.(2013); YEBOAH, J., EWUR, G.D.(2014); AHAD, A. D.; LIM, S. M. A.(2014); MINHAS, S.; AHMED, M.; ULLAH, Q. F.(2016); YIN, C. L.(2016); GULER, C.(2016); CETINKAYA, L.(2017).



No âmbito nacional e com foco na aprendizagem de cálculos matemáticos no ensino superior, não foi encontrado um grande acervo com resultados disponíveis. Alguns relatos merecem destaque, tais como OLIVEIRA (2018), quando descreve o desenvolvimento do curso de gamificação, realizado com os docentes da Unidade de Educação a Distância da Universidade Federal da Paraíba (UFPB), fazendo o uso dos recursos oferecidos pelo dispositivo móvel *WhatsApp*. Mesmo com o conteúdo sendo ofertado através de imagens, vídeos e áudios, os cursistas demonstraram satisfação com a aplicação desta estratégia e, conseqüentemente, consideraram que a ferramenta *WhatsApp* atendeu com eficácia o seu propósito.

Da mesma forma ARAÚJO e ARAÚJO (2016), indica a importância da interação via ferramenta *WhatsApp*, para o processo de aprendizagem entre os sujeitos que compõem o ambiente escolar, enquanto produtores do próprio conteúdo escolar.

Além desses, outros autores como, SANTOS(2018), RODRIGUES(2017), BICALHO(2019), BRISKIEWICZ(2018), SCHMITZ (2016) se destacam na reflexão sobre como os processos de ensino-aprendizagem avançam na proposta de uma rede de cooperação entre os alunos e professores de forma simples mas ao mesmo tempo inovadora. Muitos pesquisadores entendem que estas transformações ainda acontecem muito lentamente, mas continuam avançando na sua persistência.

Uma importante reflexão merece destaque quando se trata da distinção entre informação e saber. Hang (2018) afirma que

(...) o saber não está simplesmente disponível. Não se pode simplesmente encontrá-lo como a informação. Não raramente, uma longa experiência o antecede. Ele tem uma temporalidade completamente diferente do que a informação, que é muito curta e de curto prazo. A informação é explícita, enquanto o saber toma, frequentemente, uma forma implícita”(HANG, 2018, p.75).

Incentivar os alunos a buscar informações de forma autônoma e, a partir destas, fundamentar o seu saber, gerando seu próprio conteúdo, tem sido reconhecido como um grande desafio.

A multiplicidade dos artefatos tecnológicos invade os espaços relacionais propondo uma nova linguagem de comunicação, também no meio acadêmico (TORRES, 2013). Para tanto, percebe-se que este espaço, onde também acontece a construção do conhecimento ainda não admite algumas linguagens como forma de legitimação e incorporação das novas tecnologias, no cotidiano acadêmico.

METODOLOGIA

Conforme os objetivos apresentados este estudo teve caráter descritivo e exploratório, mas quanto a sua forma de abordagem foi do tipo qualitativo. Segundo Rampazzo(2005), o caráter descritivo propõe uma observação, um registro e uma análise dos fatos estabelecendo uma relação de causalidade. Enquanto a abordagem qualitativa permite ao pesquisador uma conduta flexível, interpretando as situações conforme a percepção dos sujeitos envolvidos (MOREIRA, 2002).

Neste sentido, esta pesquisa foi desenvolvida no âmbito de uma instituição particular de Ensino Superior, localizada na cidade de Cabo Frio (RJ). O principal foco se concentrou na capacidade de saber ouvir o outro, o principal sujeito da pesquisa, o discente. Este foi o protagonista da solução a ser implementada definindo o real ambiente de pesquisa.


Trazendo os detalhes para a efetiva realização das etapas relacionadas ao contexto da educação 4.0, vale ressaltar que a principal estratégia metodológica relatada neste trabalhofoia aplicação de um questionário aberto e individual, implementado a partir do dispositivo móvel utilizando a ferramenta *WhatsApp*.

A formalização, o registro e o controle das respostas obtidas no questionário, se deuatravés do uso da ferramenta *SurveyMonkey*, onde o questionário foi idealizado e disponibilizado aos discentes, sujeitos da pesquisa, via *WhatsApp*.

O questionário aberto e individual tem a intenção de que cada membro possa defender e argumentar suas ideias e/ou propostas para solução do problema inicial. Oquestionárioutilizou dois tipos diferentes de questões.

Uma com opções de escolha de quatro diferentes tipos de resposta, a saber: concordo parcialmente, concordo totalmente, discordo parcialmente e discordo totalmente. Uma das principais vantagens foi a possibilidade de identificar o posicionamento pessoal do informante acerca do que foi questionado.

E a outra, com questões agrupadas por categorias com objetivos específicos, tais como: o perfil do sujeito da pesquisa no que se refere ao uso de ferramentas digitais, o uso que este sujeito faz da ferramenta *WhatsApp*, como entende a questão da aprendizagem via aplicativo *WhatsApp* e o desempenho acadêmico contando com o auxílio deste aplicativo. As opções de respostas serão oferecidas do modo mais abrangente possível, apresentando situações claras e objetivas, tendo a possibilidade da escolha de mais de uma opção.



A adesão dos sujeitos envolvidos na pesquisa se deu de forma voluntária e espontânea. Após a explicação do projeto de pesquisa e da metodologia utilizada, todos disponibilizaram o acesso ao aplicativo *WhatsApp* para que fossem inseridos no grupo a ser criado.

Para prosseguir participando do grupo foi exigido a assinatura do TCLE(Termo de Consentimento Livre e Esclarecido) que foi disponibilizado e assinado individualmente via ferramenta do *WhatsApp*. A ausência desta assinatura impedia que os integrantes do grupo tivessem acesso as perguntas do questionário.

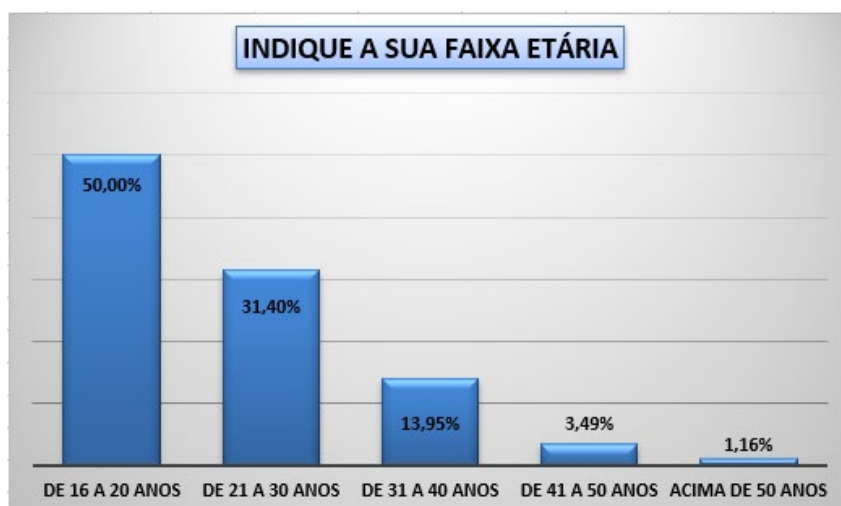
Os resultados obtidos a partir das respostas dos questionários aplicados permitiu a imersão no contexto estudado assim como a análise dos dados pode sugerir uma maior compreensão do problema.A análise das respostas obtidas nos questionários aplicados via *WhatsApp* deu origem aos gráficos e/ou tabelas que permitiu refletir sobre novas estratégias assim como a aplicação de novas atividades no avanço do desenvolvimento da pesquisa.

RESULTADOS E DISCUSSÕES

A aplicação do questionário aos 86 discentes que aceitaram contribuir com as informações para as considerações desta etapa da pesquisa, tinha como objetivo levantar dados de identificação dos indivíduos de modo a permitir uma análise sobre o perfil de cada um deles, além de entender o que de fato representa o uso do aplicativo *WhatsApp* no cotidiano acadêmico dos discentes.

Uma das primeiras questões analisadas na leitura dos dados obtidos com as respostas do questionário, tratou da faixa etária dos sujeitos envolvidos. Nesse sentido percebe-se que houve uma significativa predominância dos jovens (50%) com idade entre 16 e 20 anos. A partir dessa informação foi possível ter um olhar diferenciado sobre todas as outras respostas que obtidas. Saber que tem-se, como sujeitos de pesquisa, jovens que estão imersos no contexto das novas tecnologias, com novos hábitos de aprendizagem e interesses diversos pelo conhecimento faz uma grande diferença no diálogo das propostas assim como no andamento das próximas atividades de pesquisa.

Gráfico 1 – Faixa etária dos sujeitos de pesquisa



Fonte: Do Autor, 2020.1

Depois desse grande grupo de jovens, conforme demonstra o gráfico acima, tem-se também um importante grupo, dentro de uma classificação não tão juvenil, mas ainda considerados jovens, na faixa etária de 21 a 30 anos (31,40%) que, mesmo não estando tão imersos nas propostas tecnológicas, buscam uma adequação necessária.

Em um contexto unificado, pode-se notar que a maioria das pessoas são jovens com menos de 30 anos, ou seja, apresentam maior facilidade para tratar com as questões da tecnologia, tornando mais fácil a adesão da proposta de usar o aplicativo *WhatsApp* para a construção do próprio aprendizado.

Diante de tantas alterações nas atitudes e comportamentos dos sujeitos imersos na sociedade, depara-se com novas formas diferenciadas de comunicação. O uso das redes sociais e a frequência com que os jovens a utilizam acaba interferindo de modo significativo no processo de construção do conhecimento.

Conforme os dados apontados no gráfico 2, a participação e frequência dos sujeitos nas redes sociais se mostra muito intensa e disputada. Os dados obtidos nesta questão foram coletados de modo que pudessem escolher mais de uma alternativa, avaliando conforme o grau de envolvimento de cada um.

Gráfico 2 – Em qual rede social participa com maior frequência?



Fonte: Do Autor, 2020.1

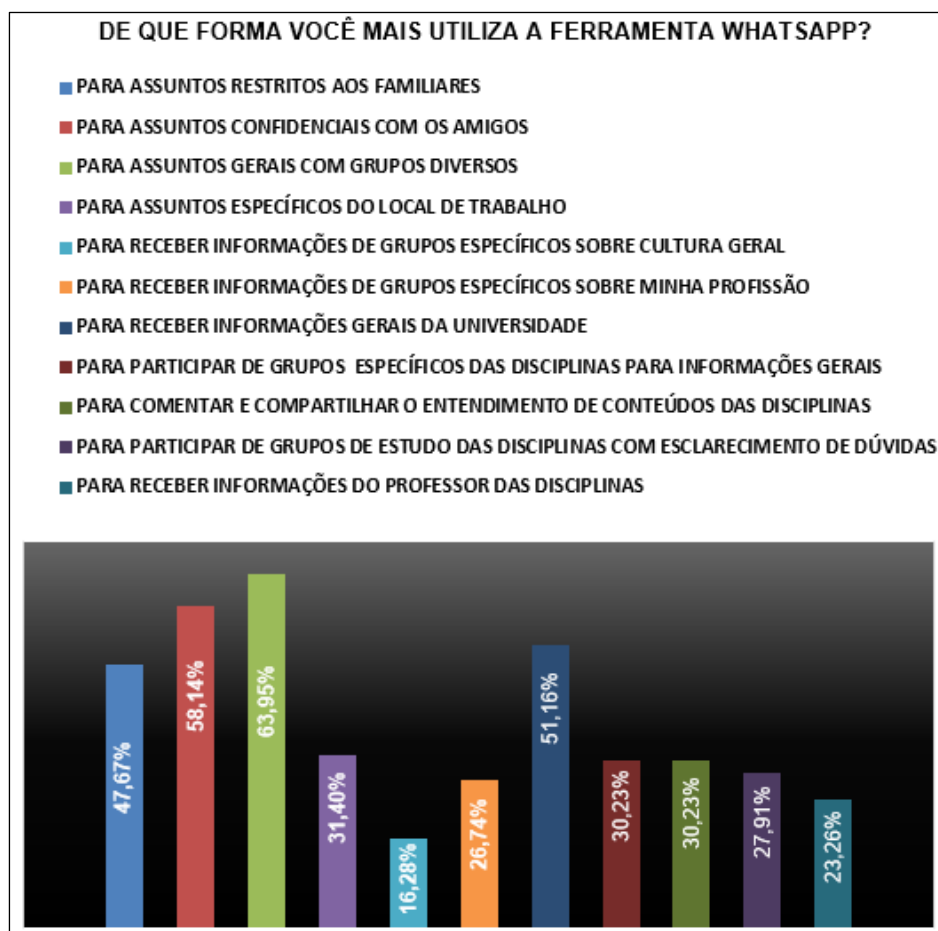
Nesse sentido, evidenciou-se que o *Instagram*, o *WhatsApp*, *Youtube* e o *Twitter* assumem a liderança predominante da preferência, com 97,65% de participação. Na sequência observa-se a maior frequência de participação no *Facebook* (96,47%), *Skype* e *Snapchat* (95,29%), *Facebook Messenger* e *Pinterest* (94,12%) e, finalmente, *LinkedIn* (92,94%).

Estando o *WhatsApp* no pico da preferência dos sujeitos da pesquisa, permite que a introdução da proposta de utilizar o aplicativo para contribuir no processo de ensino aprendizagem seja aceita com maior anuência.

Sendo assim, foi preciso buscar o entendimento de como esses jovens fazem uso do aplicativo *WhatsApp* no seu cotidiano. Nesse sentido vale a ressalva de que, segundo Bouhnik eDeshen (2014) nem todos os estudantes possuem dispositivos móveis.

Conforme o gráfico 3, vê-se que 63,95% utiliza o aplicativo para assuntos gerais com grupos diversos. Vale ressaltar que existe uma parcela importante que prefere tratar assuntos confidenciais com amigos (58,14%), outra que utiliza para receber informações gerais da universidade (51,16%), e ainda, para assuntos restritos aos familiares (47,67%).

Gráfico 3 – Como o *WhatsApp* é mais utilizado

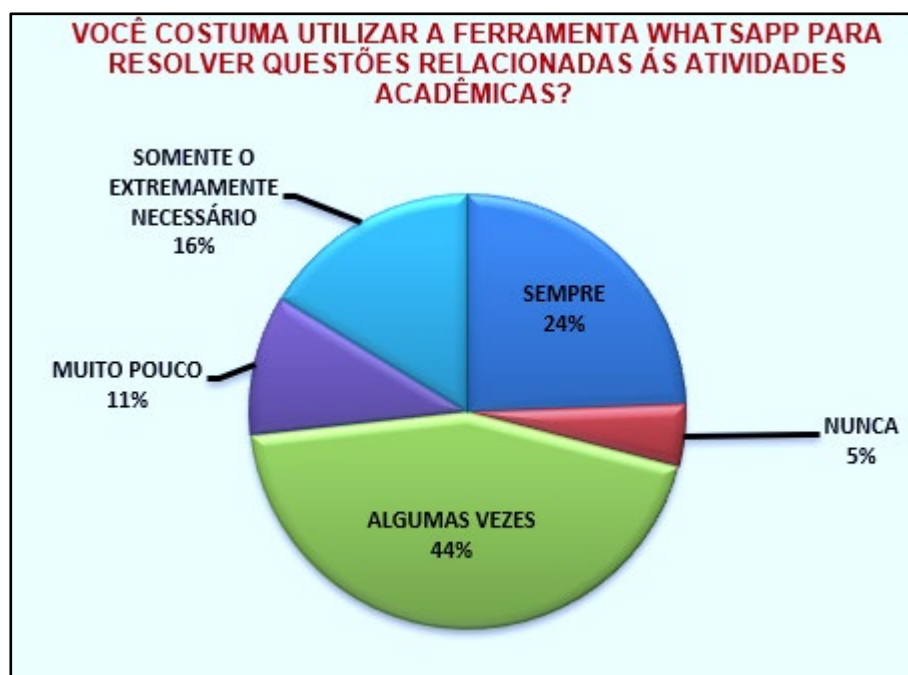


Fonte: Do Autor, 2020.1

Com surpresa, foi possível perceber que uma pequena parcela, de um modo geral, já procura fazer uso do aplicativo como um auxílio para os estudos acadêmicos. Portanto, comentar e compartilhar o entendimento de conteúdo das disciplinas, participar de grupos de estudo e esclarecer dúvidas, e, receber informações do professor das disciplinas, juntas representam 81,40% do grupo de sujeitos envolvidos. Vale lembrar que também para esta questão a escolha não estava restrita a uma única opção, podendo fazer mais de uma escolha.

Entretanto, usar o aplicativo *WhatsApp* para resolver assuntos da vida acadêmica não pode, ainda, ser considerada uma prática contínua do cotidiano. Embora 24% dos sujeitos afirmem utilizar sempre este aplicativo para estas questões, tem-se uma importante representatividade de 44% que utiliza o aplicativo, somente algumas vezes.

Gráfico 4 – Frequência do uso do *WhatsApp* para resolver atividades acadêmicas



Fonte: Do Autor, 2020.1

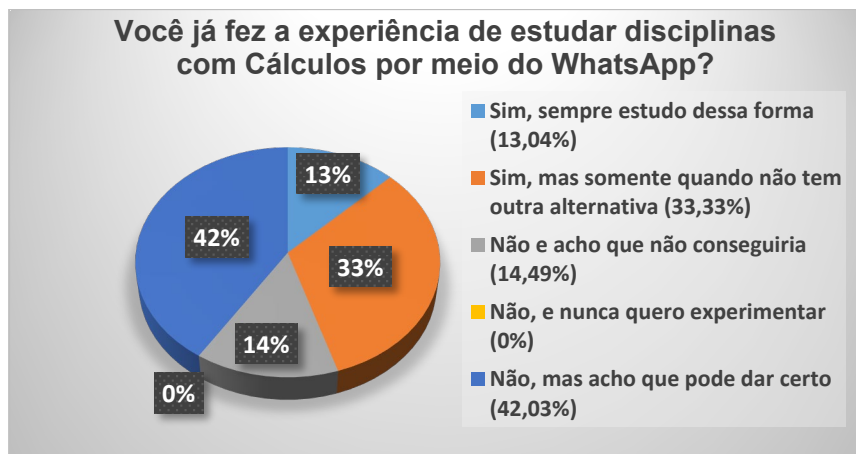
Nesse contexto, o gráfico 4 acima, indica alguns comportamentos que não podem ser ignorados tais como: 16% utilizam a ferramenta somente quando necessário, 11% utilizam muito pouco e 5% não utilizam nunca o *WhatsApp*.

Esta última informação pode até parecer surpreendente, mas não se pode descartá-la. A principal reflexão permite notar que o resultado foi muito positivo, tornando possível e eficaz a proposta deste novo método de aprendizagem.

Ainda que se saiba que o aplicativo *WhatsApp* está presente nas principais redes de comunicação e interação da maioria das pessoas, faz-se importante entender se estas mesmas pessoas já fizeram a experiência de estudar questões de cálculo via *WhatsApp*.

Para este questionamento vê-se que 46%, correspondendo a 32 pessoas, conforme demonstra o gráfico 5, já utilizaram esta ferramenta para auxiliar no seu processo de aprendizagem, seja porque gostam e sempre estudam dessa maneira, seja porque não tem outra alternativa.

Gráfico 5 – Experiência de aprender Cálculo utilizando o *WhatsApp*

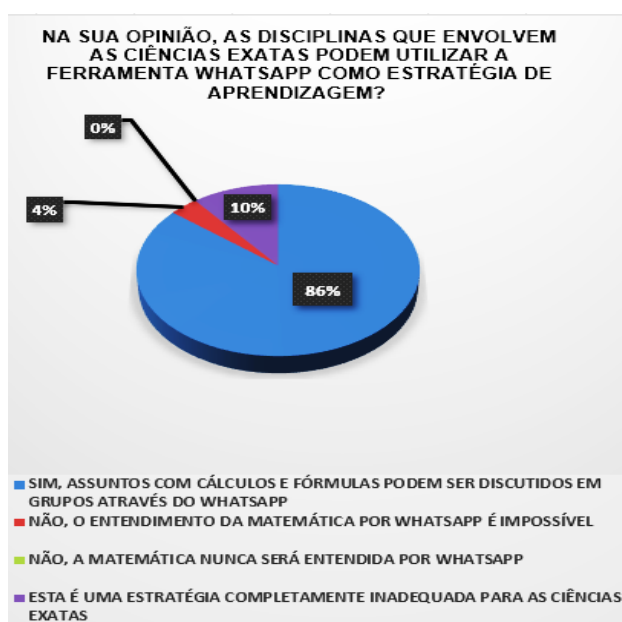


Fonte: Do Autor, 2020.1

Entretanto se destacam 42%, sendo 29 pessoas do total, que nunca fizeram esta experiência, mas acreditam que pode ser válida e ter sua legitimidade comprovada. E finalmente, 14% não acreditam que possam obter bons resultados com esta prática pedagógica e afirmam que não conseguiriam estudar com este tipo de ferramenta.

A partir dessas informações, continua ainda a reflexão da premissa de que estudar cálculos pelo aplicativo seria demasiado difícil e não se teria tanta adesão à esta proposta. Sendo assim, o gráfico 6 demonstra uma extraordinária adesão à esta proposta com 86% dos participantes entendendo que assuntos com cálculos e fórmulas podem ser estudados em grupos via *WhatsApp*. Em contrapartida, tem-se que 14% não conseguem vislumbrar o aprendizado destas disciplinas por este aplicativo.

Gráfico 6 – Ciências Exatas pode ser aprendida com *WhatsApp*

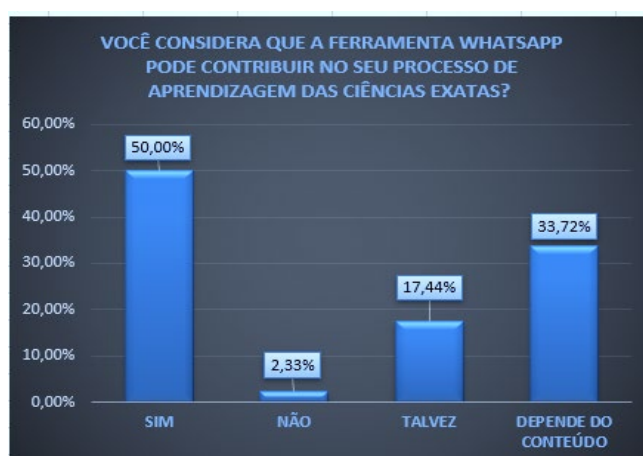


Fonte: Do Autor, 2020.1

Mas, vale salientar que ninguém (0%) afirmou que a matemática nunca poderá ser entendida via aplicativo *WhatsApp*, o que permite entender que existe a possibilidade de novas adesões para a utilização desta nova metodologia.

Da mesma forma, o gráfico 7, indica que 2,33% dos sujeitos não reconhece o uso do *WhatsApp* como uma ferramenta pedagógica capaz de contribuir com o aprendizado. Entretanto, verifica-se que 50% dos discentes consideram que o aplicativo pode contribuir no aprendizado das ciências exatas, além de poder se tornar um método de aprendizagem com resultado satisfatório.

Gráfico 7 – Contribuição do *WhatsApp* no aprendizado das ciências exatas



Fonte: Do Autor, 2020.1

Alguns ainda continuam relutando (17,44%) e outros acreditam que tudo depende do conteúdo a ser abordado (33,72%).

Dando prosseguimento a esta demanda do aprendizado das ciências exatas e da contribuição do *WhatsApp* no favorecimento deste processo, tem-se a questão da participação dos discentes nos grupos de estudo relacionados a este conteúdo.

Gráfico 8 – Participação em grupos de estudo no *WhatsApp*



Fonte: Do Autor, 2020.1

Há indivíduos que relatam não ter tido este tipo de experiência produtiva e outros afirmam não acreditar que possa obter resultados satisfatórios.

Um resultado muito importante foi perceber que 56,52% dos sujeitos de pesquisa (39 pessoas), mesmo não tendo experimentado a participação em um grupo que estuda e resolve questões de cálculo através do aplicativo do WhatsApp, demonstram estarem abertos a fazer este tipo de experiência. Vale a reflexão de que a forma como o grupo funciona e suscita a contribuição de todos implica em uma grande interatividade que pode resultar em uma aprendizagem mais autônoma e significativa.

Gráfico 9 – Postura ao participar dos grupos de WhatsApp



Fonte: Do Autor, 2020.1

Nesse sentido, a partir dos dados obtidos no gráfico 9, entende-se que 50,72%, correspondendo a 35 pessoas do total dos participantes, apenas acompanham as discussões nos grupos que participam. Entretanto, vale ressaltar que, seguido deste percentual, outros itens importantes destacaram-se nesta proposta de conduta de participação, a saber: 47,83% (33 pessoas) colaboram com respostas coerentes, 42,03% (29 pessoas) aceitam sugestões com humildade, 37,68% (26 pessoas) respeitam as opiniões em silêncio e 31,88% (22 pessoas) afirmam que aprendem muito com as interações e as relações criadas no grupo. Em contrapartida somente 3 pessoas afirmam que ignoram todas as postagens. Sendo assim, vê-se que é possível uma comunicação no grupo capaz de conduzir satisfatoriamente um processo de aprendizagem coletivo.

Outra importante informação trata do comportamento dos sujeitos envolvidos neste processo de aprendizagem. A socialização da dúvida ou da questão problema pode ser um

fator de extrema importância considerando que permite ao discente expressar o que pensa, como pensa e o que pretende a partir desse pensamento.

O próximo item de análise, no gráfico 10, indica que muitos discentes entendem que, através do grupo via *WhatsApp*, podem ter uma postura diferenciada no que tange ao esclarecimento das dúvidas sobre o conteúdo, e, conseqüentemente, buscar novos desafios e maior interação. Quando alguém entende o que está fazendo com clareza, torna mais divertido e menos frustrante o aprendizado.

Gráfico 10 – Grupo de *WhatsApp* influencia na postura do aluno



Fonte: Do Autor, 2020.1

Entender que o aprendizado através das tecnologias móveis pode trazer resultados satisfatórios é admitir que não é possível permanecer do mesmo modo que antes. As relações interacionais do coletivo propõem novas formas de falar, de agir, de escrever, de pensar e comunicar-se (PORTO, 2006).

Nesse sentido, 34% dos discentes envolvidos na pesquisa se apropriam desta afirmação e, da mesma forma, 28% destes sujeitos concordam com esta proposta, mas ainda com muitas dúvidas e restrições.

Em contrapartida, 21% são enfáticos ao afirmar que não são influenciáveis pelas tecnologias móveis em seus comportamentos e atitudes, enquanto 17% entendem que a mudança de sua postura vai depender da disciplina que está em estudo.

Desse modo, o aspecto que envolve a relação social se destaca como a principal conduta que os discentes buscam ter ao participar de um grupo no *WhatsApp*. Esta constatação tem o seu destaque através dos dados que compõem o gráfico 11, abaixo.

Gráfico 11 – Participação nos grupos de WhatsApp para assunto de exatas



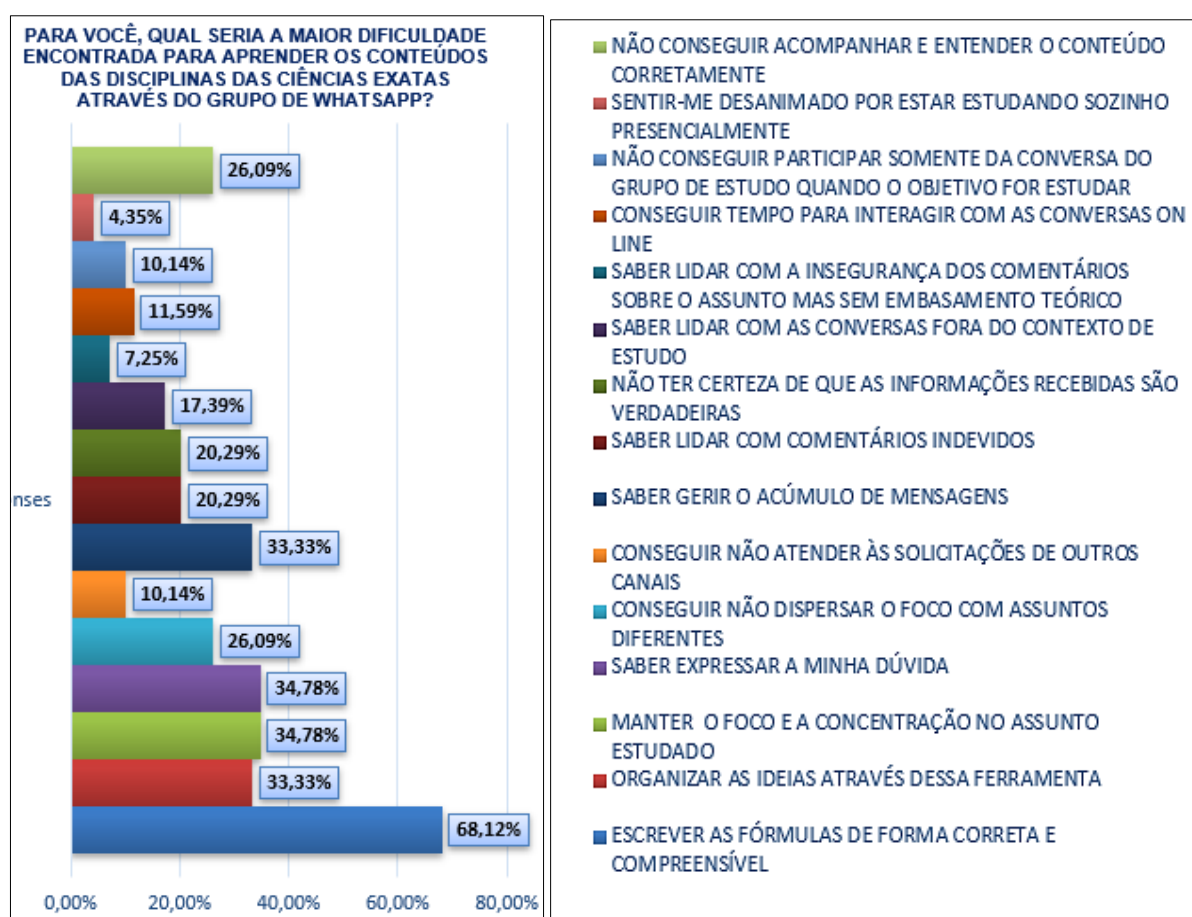
Fonte: Do Autor, 2020.1

Um dos questionamentos que permitiu uma análise importante para os próximos passos da pesquisa foi entender de que modo a participação de um grupo de WhatsApp, para estudo de conteúdos relacionados às Ciências exatas, pode ajudar no processo de aprendizagem autônoma. Nesse sentido verificamos que os maiores percentuais de adesão à ferramenta indicam maior interação com os colegas (57,97%), seguidos de maior liberdade para esclarecer as próprias dúvidas (55,07%) e aprender com dúvidas que nem tinha pensado(53,62%).

Interessante notar que justificativa de ter a possibilidade de maior interação com o docente e não ter medo de fazer perguntas ao docente durante as discussões do grupo, apresentam o mesmo percentual de adesão (42,03%). Além disso, uma parcela, considerável, entende que a dificuldade do outro pode ser o principal contributo para o seu aprendizado(40,58%).

A proposta de responder a esse quesito permitiu a escolha de mais de uma opção considerando que as alternativas se completam. Entender quais seriam as principais dificuldades encontradas em participar desses grupos e dele usufruir tudo o que tem de melhor, pode ser um fator positivo na produção do conhecimento autoral.

Gráfico 12 – Principal dificuldade encontrada para aprender com o grupo do WhatsApp



Fonte: Do Autor, 2020.1

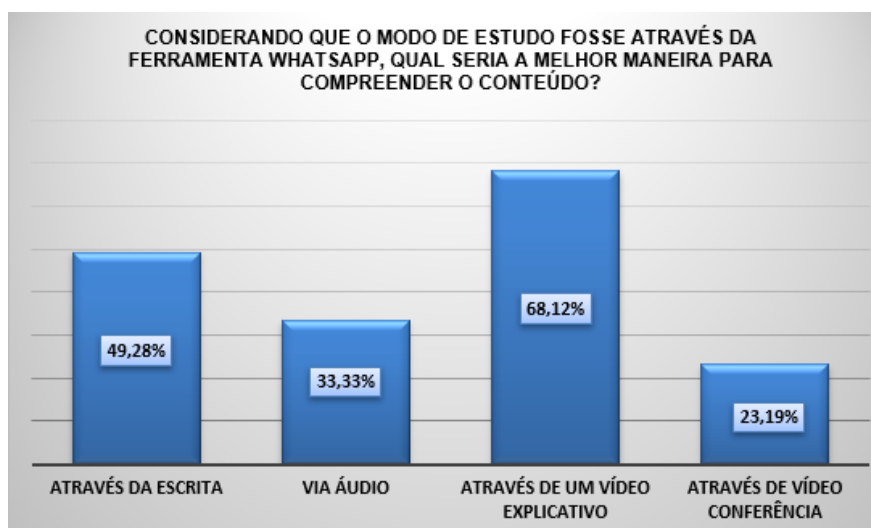
Visto a grande habilidade que os discentes apresentam no uso do WhatsApp, parecia ser óbvio não ter dificuldade de desenvolver fórmulas matemáticas muito complexas pelo aplicativo. Mas, tivemos um número significativo de adesão com um percentual de 68,12% que apontam esta como a maior dificuldade encontrada.

Depois dessa consideração massiva diante da dificuldade de escrever as fórmulas, outras três importantes situações tiveram seu destaque como dificuldade apresentada, a saber: manter a organização das ideias através do uso da ferramenta (33,33%), saber expressar a dúvida encontrada (34,78%) e manter o foco e a concentração no assunto estudado(34,78%).

Ainda que estas sejam dificuldades reais e cotidianas vale refletir sobre a potencialidade que esta ferramenta oferece ao discente, promovendo uma enorme mobilidade além de infinitas possibilidades de visualizar o conteúdo a ser discutido e estudado.

Conforme o gráfico 13, fica evidente entender que modalidade de expressão garante ao discente maior confiabilidade na aprendizagem.

Gráfico 13 – Melhor maneira de compreensão do conteúdo via WhatsApp



Fonte: Do Autor, 2020.1

Nesse sentido, 68,12% dos discentes participantes indicam que o vídeo explicativo se mostra como a melhor maneira de compreender o conteúdo. E para nossa grande surpresa, 49,28% indicam a escrita como forma de compreensão do conteúdo.

O processo de ensino aprendizagem utilizando a tecnologia móvel requer uma enorme mudança de pensamentos e posturas. Não se aprende do mesmo modo quando estudamos utilizando somente a internet, por exemplo. É preciso entender que as responsabilidades são diferentes e por isso cabe ao aluno o dever de buscar novas informações e novos aprendizados.

Entender que este cenário deve ser inserido na construção de contextos educacionais cotidianos é de extrema necessidade. Momentos como este, marcados por incertezas e demandas complexas, urge por um novo formato educacional onde são requeridas novas habilidades de aprendizagem.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

As principais considerações atribuídas a este processo de investigação realizado com os discentes do Ensino Superior dos cursos de Engenharia Civil e Sistema de Informação indicam que a principal proposta de ensinar e aprender o conteúdo de Cálculo, via aplicativo WhatsApp, pode acontecer privilegiando uma constante conexão entre o mundo físico e o mundo digital.

O processo de ensino e aprendizagem utilizando as novas tecnologias propõem desafios diários aos docentes e, também, aos discentes. Embora estes últimos, indiquem grande familiaridade com o uso do aplicativo, quando se trata de realizar ações como aprender, estudar ou pesquisar, o processo não se apresenta de modo tão simples.

Estar inserido no processo de ensino e aprendizagem, conforme a proposta metodológica desta investigação, requer uma enorme mudança de pensamentos e posturas. Não se aprende do mesmo modo quando se estuda utilizando, por exemplo, somente a internet, ou também a internet. É preciso entender que as responsabilidades são diferentes e por isso cabe ao discente o dever de buscar novas informações e novos aprendizados.

Os principais resultados demonstraram que as ideias propostas foram bem aceitas pelos sujeitos envolvidos, seja docente ou discente, e adverte, também, para o encaminhamento de uma cuidadosa reflexão que enfatiza o potencial da utilização deste aplicativo tão presente no cotidiano de todos. Desse modo, também foi possível entender que o processo de ensino e aprendizagem poderá usufruir de benefícios, tais como o rompimento de barreiras sociais, uma maior interatividade entre discentes e docentes, uma aprendizagem colaborativa e de relevante significado que transpõe, não só o espaço físico das salas de aula mas, também, o tempo cronometrado destinado para o aprendizado de uma disciplina.

Poder e saber como estudar, e aprender, utilizando as atuais metodologias ativas, quando, como e onde se quer, se mostra como uma tendência em que os docentes e as instituições devem estar atentos e receptivos ao acolhimento do discente como protagonista desse processo de mudança. Urge a necessidade por uma proposta de aprendizagem mais autônoma e autoral.

REFERÊNCIAS

- AHAD, A. D.; LIM, S. M. A. Convenience or nuisance? The “WhatsApp” dilemma. **Procedia-Social and Behavioral Sciences**, v. 155, p. 189-196, 2014. Disponível em <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1877042814057449> Acesso em 09/12/2017
- ARAÚJO, Jordana Pimentel; ARAÚJO, Jocasta Pimentel. **Uso do aplicativo WhatsApp na relação ensino – aprendizagem da matemática: uma proposta educacional** – Educação Matemática na Contemporaneidade: desafios e possibilidades (relato de experiência), Encontro Nacional de Educação Matemática, 2016. Disponível em http://www.sbem.com.br/enem2016/anais/pdf/7933_3926_ID.pdf Acesso em 11/09/2019
- BICALHO, Daniela Cotia. **O contexto Digital como ambiente de aprendizagem de Cálculo Diferencial e Integral**. 2019. Dissertação de Mestrado profissional. Universidade Federal de Ouro Preto – Instituto de Ciências Exatas e Biológicas – Departamento de Matemática – Programa de Pós Graduação em Educação Matemática, Ouro Preto, MG, 2019. Disponível em <http://www.repositorio.ufop.br/handle/123456789/11736> Acesso em 21/03/2018
- BOUHNİK, D.; DESHEN, M. WhatsApp goestoschool: Mobile instant messaging between teachers and students. **Journal of Information Technology Education Research**, v. 13, p. 217-231, 2014. Disponível em <http://www.jite.org/documents/Vol13/JITEv13ResearchP217-231Bouhnik0601.pdf> Acesso em 08/11/2017.
- BRISKIEWICZ, Marcos Francisco. **Avaliação de sistemas de mensagens instantâneas móveis (MIM): um estudo sobre o uso do WhatsApp com estudantes do Ensino Superior**. 2018. Dissertação de Mestrado. Universidade Federal Tecnológica do Paraná – Programa de Pós Graduação em Engenharia de Produção e Sistemas, Pato Branco, PR, 2018. Disponível em http://repositorio.utfpr.edu.br/jspui/bitstream/1/3228/1/PB_PPGEPS_M_Briskiewicz%2c%20Marcos%20Francisco_2018.pdf Acesso em 15/01/2019
- CETINKAYA, L. The impact of WhatsApp use on success in education process. **International Review of Research in Open and Distributed Learning**, v. 18, n. 7, p. 59-74, 2017. Disponível em <http://www.irrodl.org/index.php/irrodl/article/view/3279> Acesso em 19/11/2017
- GULER, C. Use of WhatsApp in higher education: What's up with assessing peers anonymously? **Journal of Educational Computing Research**, v. 55, n. 2, p. 272-289, abr. 2016.
- HANG, Byung-Chul. **No exame: perspectivas do digital**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2018.
- MINHAS, S.; AHMED, M.; ULLAH, Q. F. Usage of WhatsApp: A Study of University of Peshawar, Pakistan. **International Journal of Humanities and Social Science Invention**, v. 5, n. 7, p. 71-73, jul. 2016. Disponível em [http://www.ijhssi.org/papers/v5\(7\)/L0507071073.pdf](http://www.ijhssi.org/papers/v5(7)/L0507071073.pdf) Acesso em 18/10/2017
- MOREIRA, Daniel Augusto. **O método fenomenológico na pesquisa**. São Paulo: Pioneira Thomson, 2002.

OLIVEIRA, José Claudio e SCHIMIGUEL, Juliano. **WhatsApp: aplicativo facilitador no ensino de matemática**. REAe - Revista de Estudos Aplicados em Educação, v. 3, n. 5, jan./jun. 2018. Disponível em https://seer.uscs.edu.br/index.php/revista_estudos_aplicados/article/view/5042 Acesso em 24/09/2019

RAMBE, P.; BERE, A. Using mobile instant messaging to leverage learner participation and transform pedagogy at a South African University of Technology. **British Journal of Educational Technology**, v. 44, n. 4, 2013.

RAMPAZZO, L. **Metodologia Científica**. São Paulo, Editora Loyola, 3. Ed. 2005.

RODRIGUES, Walice Soares. **Aplicação de ferramentas das TIC como auxiliares na aprendizagem significativa do Cálculo no curso de Engenharia**. 2017. Dissertação de Mestrado. Universidade Federal do Vale do Jequitinhonha e Mucuri – Programa de Pós Graduação em Educação. 2017. Disponível em <http://novo.ufvjm.edu.br/ppged/2017/10/21/aplicacao-de-ferramentas-das-tic-como-auxiliar-na-aprendizagem-significativa-do-calculo-no-curso-de-engenharia/> Acesso em 09/06/2018

SANTOS, Leonardo Campinha dos. **Avaliação da intenção de uso do WhatsApp, como ferramenta de ensino-aprendizagem, por professores do Ensino Superior**. 2018. Universidade do Grande Rio – Escola de Ciências Sociais e Aplicadas. Rio de Janeiro, 2018. Disponível em <http://localhost:8080/tede/handle/tede/333> Acesso em 06/06/2019

SCHMITZ, Neuri. **O uso do telefone celular com o aplicativo WhatsApp como ferramenta no ensino de matemática**. 2016. Dissertação de Mestrado. Universidade Tecnológica Federal do Paraná. PROFMAT – Mestrado Profissional em Matemática em Rede Nacional. Pato Branco, PR, 2016. Disponível em http://repositorio.utfpr.edu.br/jspui/bitstream/1/2329/1/PB_PROFMAT_M_Schmitz%2c%20Neuri_2016.pdf Acesso em 09/10/2019

SERRES, Michel. **Polegarzinha**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2013

TORRES, Harolda da Gama, et al. **O que pensam os jovens de baixa renda sobre a escola**. Projeto de pesquisa desenvolvido pelo CEBRAP com o apoio da Fundação Victor Civita. São Paulo: Fundação Victor Civita, 2013.

YEBOAH, J., EWUR, G.D. The impact of WhatsApp messenger usage on students performance in Tertiary Institutions in Ghana. **Journal of Education and Practice**, v. 5, n. 6, p. 157-164, 2014.

YIN, C. L. **Adoption of whatsapp instant messaging among students in ipoh higher education institutions**. 2016. Dissertação (Mestrado), Wawasan Open University Penang, Malaysia, 2016. Disponível em http://woulibrary.wou.edu.my/theses-project/MED2016_CYLEE.pdf Acesso em 11/11/2017.

CAPÍTULO 13

O CASO NEYMAR JR. E A LIBRA DO FACEBOOK: EXPRESSÕES DA SOBREPOSIÇÃO DAS FORMAS COMUNICAÇÃO E JURÍDICA E ESTATAL

Guilherme Bernardi, Jornalista e Mestrando em Comunicação, UEL

RESUMO

O caso da exposição feita por Neymar em seu Instagram, mudando o caminho normal de um caso de acusação de estupro, e a criação de uma moeda por parte do Facebook serão utilizados como introdução ao trabalho. Na sequência, será feita uma reconstituição da criação da internet e formação das grandes corporações que a dominam (Powers; Jablonski, 2015), assim como da teoria marxista do Estado em Althusser (2008) e nos autores do derivacionismo (Bonnet; Piva [Comp., Ed.], 2017), com o objetivo de começar a apontar na direção da sobreposição da forma comunicação (Bolaño, 2000), representada pelas grandes corporações da internet, como o Google e o Facebook, sobre funções antes relegadas ao Estado e ao Direito.

Palavras-chave: formas sociais; internet; grandes corporações; Estado.

INTRODUÇÃO

O mês de junho de 2019 começou, principalmente para os amantes do futebol e brasileiros, com a notícia de que o camisa 10 da Seleção Brasileira, Neymar Jr., havia sido acusado de estupro e, após a publicização do fato na imprensa, postado um vídeo em seu Instagram para expor o ocorrido e tentar, na opinião dele e de seu grupo de assessores e familiares, mostrar que a relação havia sido consensual e que o jogador estava sendo vítima de uma tentativa de extorsão, segundo a matéria de 4 de junho do *El País*. Na metade do mês, em 18 de junho, outro fenômeno envolvendo a internet ganhou destaque. Mark Zuckerberg postou em sua página pessoal no Facebook um texto explicando a criação, junto com outras 27 organizações, de uma nova moeda: a libra.

Como minha área de pesquisa é a internet e, mais especificamente, a relação dela com o Direito e o Estado, a primeira notícia ganha destaque pelo fato de que a lógica e o caminho a serem seguidos em um caso qualquer de acusação de estupro (sigilo, análise e julgamento por pessoas isentas e racionalmente capacitadas - o judiciário) não foi seguida. Na outra notícia, o que chama a atenção é a tentativa do Facebook de, ao criar uma moeda e fechar parcerias com outras empresas para o uso dela, não mais depender do Estado para isso e ocupar uma função que historicamente é dos Estados (emissão de moeda, câmbio e afins) e pela qual eles arrecadam impostos e taxas para sua manutenção e de sua estrutura.

Não é objetivo deste trabalho analisar os dois casos e as implicações deles, mas começar a apontar para o tema da pesquisa: a sobreposição entre a forma comunicação (Bolaño, 2000) e a forma jurídica e estatal (Bonnet; Piva [Comp., Ed.], 2017). Seguindo o método apresentado por Arthur (2004), este trabalho faz parte de uma pesquisa maior e que resultará em dissertação de mestrado, para a qual será ainda analisada e definida a melhor forma de se fazer uma exposição lógica-dialética do tema. Por isso, o artigo se propõe a começar os apontamentos na direção da sobreposição entre as formas citadas acima e ser parte de um questionamento e de uma pesquisa mais amplos. Espera-se que o trabalho de conclusão do mestrado em Comunicação atinja uma lógica própria e que faça sentido dentro dos limites de espaço, tema e de sua própria proposta.

O COMPLEXO MILITAR-INDUSTRIAL

Antes de estudar a internet atual, é preciso voltar e entender o processo através do qual ela foi criada. A internet, ou melhor, a gênese do que hoje conhecemos como a rede mundial de computadores foi um projeto do Departamento de Defesa dos EUA para organizar a informação e conectar universidades e institutos de pesquisa e militares no período da Guerra Fria (1947-1991), como veremos mais adiante (Powers; Jablonski, 2015) (Lemos, 2010). Essa ligação do governo dos Estados Unidos com a guerra e as indústrias privadas, entretanto, é anterior à internet e tem relação com o complexo militar-industrial do país. A primeira referência que existe a ele data de 1936 e foi feita por Daniel Guerin para se referir a uma:

coalizão de grupos com interesses psicológicos, morais e materiais investidos no desenvolvimento contínuo e na manutenção de altos níveis de armamento, na preservação de mercados coloniais e em conceitos estratégico-militares de assuntos internos (GUERIN, 1994 apud POWERS; JABLONSKI, 2015, p. 50, tradução nossa).

Outro autor que discutiu este complexo foi Charles Wright Mills. Para ele, o conceito se refere a uma relação simbiótica entre atores que administram a guerra (o exército, o executivo e o congresso) e outros do setor privado, que buscam o lucro e produzem bens e serviços para ela, através de contratos de defesa. A cooperação, destacada por Guerin e Wright Mills, entre atores do setor privado e o governo dos EUA, foi fundamental para a ascensão de uma economia global impulsionada por tecnologias de informação e comunicação enquanto, ao mesmo tempo, as empresas estadunidenses eram colocadas no centro dessa economia (Powers; Jablonski, 2015).

Se desde os anos 40, o governo dos EUA atua, junto ao setor privado do país, para desenvolver uma economia global regida por tecnologias de informação e comunicação, são

em momentos como o pós-Segunda Guerra Mundial, a Guerra Fria, a Guerra ao Terror e a ascensão da China que essa conexão se aproxima. Os interesses do governo dos Estados Unidos foram levados a empresas que produziam na área da informação - seja *hardwares*, *softwares* ou processamento – e essa conexão fez com que o complexo militar-industrial se tornasse com o tempo algo como um complexo informação-industrial (Powers; Jablonski, 2015).


O crescimento do setor de informação-tecnologia dos Estados Unidos também criou uma relação de dependência mútua, em que o investimento do governo era crítico para o crescimento da indústria e a expertise da indústria era considerada crítica para a sobrevivência do governo. Essa relação simbiótica, conceitualizada como um triângulo do silício conectando o governo, o Vale do Silício e a mais ampla economia dos E.U.A. é similar em estrutura e extensão ao complexo militar-industrial que emergiu durante a Segunda Guerra Mundial (POWERS; JABLONSKI, 2015, p. 37, tradução nossa).

Um dos frutos desse complexo é a internet. Antes de chegar a ela, André Lemos (2010) divide o processo de constituição da microinformática, fundamental para que as pessoas pudessem ter seus computadores pessoais (PCs) e para a expansão da internet, em quatro fases. A principal, para este trabalho, é a segunda, a qual, entre os anos 1960 e 1970, caracteriza-se pelos sistemas centralizados ligados às universidades e à pesquisa militar. Como resposta ao lançamento do satélite soviético Sputnik, o Departamento de Defesa dos EUA criou a Arpa (Agência de Projetos de Pesquisa Avançada), em 1958, que depois seria renomeada para Darpa e ganharia o termo “defesa” ao nome (Powers; Jablonski, 2015). Bob Taylor, diretor da agência em 1966, foi quem teve por primeiro a ideia de unir computadores em rede. O primeiro ponto para o desenvolvimento da rede Arpanet foi quando um processador de mensagens foi construído na Universidade da Califórnia em Los Angeles (UCLA), em 1969 (Lemos, 2010).

Briggs e Burke (2016) também destacam a centralidade do Estado e conectam as origens da rede à física estatal dos anos 1968-1969, “com o indispensável apoio financeiro do governo norte-americano, como uma rede limitada (Arpanet), compartilhando informações entre universidades ‘*high-tech*’ (outra palavra nova) e outros institutos de pesquisa” (BRIGGS; BURKE, 2016, p. 336, grifos dos autores).

A MUDANÇA DA LÓGICA ESTATAL PARA A PRIVADA

A partir do sucesso que a nova rede trouxe e da percepção de que a internet seria fundamental para a economia mundial e a disseminação de conteúdo, os EUA perceberam que o desenvolvimento do mundo e o consumo de bens como conteúdo de mídia seriam



interessantes para eles, afinal, grande parte do que é consumido na internet é produto estadunidense ou, no mínimo, ocidental. Entretanto, esse não poderia ser o discurso. O que foi usado como forma de promover a necessidade do desenvolvimento e ampliação do acesso à internet nos países foi que ela promovia o desenvolvimento, além do enfoque dado à liberdade de conexão e de expressão (Powers; Jablonski, 2015).

A promoção desse discurso favoreceu companhias dos EUA, afinal, eles produziam grande parte da infraestrutura e da tecnologia necessária para os países que fossem se adaptar ou se conectar aos novos tempos. Se as corporações estadunidenses estavam lucrando com os “efeitos colaterais” da nova política governamental de promover o acesso à rede, a privatização da rede foi a forma adotada para institucionalizar uma política neoliberal de entrega de serviços de comunicação. Esse modelo privado não levava mais em conta as consequências dos efeitos criados pela implantação da própria rede, pelas mudanças na economia e na produtividade e até nos serviços públicos. Powers e Jablonski (2015) destacam ainda que foi deixado um outro ponto central de lado: “uma companhia privada, contratualmente ligada ao governo dos EUA, agia como o agente fundamental através do qual os Estados Unidos exerciam poder sobre a internet” (POWERS; JABLONSKI, 2015, p. 47, tradução nossa).

Além da privatização da internet, que se concretizou em meados dos anos 1990, é importante destacar o surgimento de uma rede, em 1991, que possibilitou aos usuários não profissionais que se conectassem à rede mundial: a WWW (*World Wide Web*). Com ela, tornou-se necessário o uso de um navegador por parte dos usuários. Utilizando os protótipos dos hoje Google Chrome, Mozilla Firefox e Internet Explorer, era possível a navegação e criação de hipertextos não mais apenas bidirecionais, que conectavam duas redes, mas multidirecionais, que conectariam o mundo todo (Bolaño; Vieira, 2014).

O que se seguiu foi uma expansão do número de usuários, que já eram cerca de 30 milhões em 1998. Bolaño também analisou a mudança da lógica estatal para a privada. Segundo ele, a mudança é muito maior do que uma simples mudança de um modelo de inovação puxado pelo complexo militar-industrial para um acadêmico-mercantil, mas uma mudança de uma economia pública para outra de mercado (Bolaño; Vieira, 2014).

Não se trata somente da passagem de uma lógica estatal para outra privada, mas, por um lado, de uma economia pública, centrada no investimento estatal, para outra de mercado, de acordo com diferentes modalidades de mercantilização e, por outro, de uma lógica política militar, de defesa, para outra, de privatização, regulação e globalização econômica, de apoio à reestruturação capitalista e à manutenção da

hegemonia norte-americana nas relações internacionais no campo econômico (BOLAÑO et al 2011 apud BOLAÑO; VIEIRA, 2014, p. 4).

Após isso, resumidamente, a rede vai passar por alguns movimentos até chegar a forma como está no momento em que escrevo esse trabalho. No início dos anos 2000, após muito investimento de capital especulativo e transformação de pequenas empresas universitárias em grandes corporações, explode a bolha do “ponto com”. Com a crise do início dos anos 2000 e uma série de demissões em massa e fusões, o oligopólio que domina a internet atual começa a se formar. Não mais baseado em uma lógica da internet como ferramenta de conexão, mas como plataforma para a oferta de um serviço, de um produto, seja ele o de rede social ou o de consumo de alguma mercadoria, que hoje poderia ser um filme na Netflix (Bolaño; Vieira, 2014).

A expansão e democratização (no sentido de direito à conexão) da rede se dá em uma lógica estritamente econômica. Os democratas Bill Clinton e Al Gore - o primeiro era presidente dos EUA e o segundo, na época, senador e depois vice-presidente do próprio Clinton -, ao perceberem as mudanças e a importância da internet no futuro desenvolvimento econômico do país, começaram campanhas e a proposição de uma agenda política que favorecesse a liberdade de conexão e consequente transmissão de informações. Tudo, claro, dentro de uma lógica centrada nos Estados Unidos (Powers; Jablonski, 2015).

O discurso do então senador Al Gore, em 1994, é importante para entendermos a mudança de tipos de economia e a necessidade que o país viu em uma internet livre:

Nossas atuais indústrias da informação - cabos, telefones locais, telefones de longa distância, televisão, filmes, computadores, e outros - parecem estar se movendo para um [...] Big Bang delas próprias. O espaço entre estas diversas funções está rapidamente diminuindo - entre computadores e televisões, por exemplo, ou entre a comunicação interativa e o vídeo. Mas depois do próximo Big Bang, na consequente expansão dos negócios de informação, o novo marketplace não será mais dividido conforme as atuais linhas setoriais. Podem não existir empresas de cabo ou empresas de telefone ou empresas de computador enquanto tais. Todo mundo estará no negócio dos bit... Assim como as indústrias da comunicação estão se movendo para um marketplace informacional unificado do futuro, nós também devemos mover da tradicional relação adversa entre negócios e governo para *uma relação mais produtiva baseada no consenso* (POWERS; JABLONSKI, 2015, p. 61, tradução nossa, grifos dos autores).

O movimento rumo à constituição de um oligopólio não se concretizou sem participação do Estado. Nos Estados Unidos, berço da maioria das grandes corporações globais, houve uma direta conexão entre órgãos do governo, como a CIA (Agência Central de Inteligência), e o investimento em *startups*, que seriam futuramente adquiridas por essas grandes corporações. O papel do governo daquele país foi importante pois ele serviu como uma espécie de avalista das *startups* - no sentido de assegurar uma probabilidade alta de que

elas seriam lucrativas e uma taxa de retorno maior do que as comuns no mercado. Dos investimentos governamentais nessas empresas, surgiram várias tecnologias que seriam adquiridas por grandes corporações posteriormente, como as bases do Google Earth e Maps (Powers; Jablonski, 2015).

A conexão entre empresas e governos gera perseguição a organizações que questionem, de alguma forma, a estrutura social vigente. O *Wikileaks*, por exemplo, já sofreu com bloqueio financeiro e problemas com suas contas em bancos que tinham conexões com o governo dos EUA, afinal, as maiores operadoras de crédito têm infraestrutura dentro do país e, portanto, estão sujeitas à jurisdição estadunidense. A perseguição, entretanto, não é fruto do que se convencionou chamar de livre-mercado, como relata Julian Assange (2013, p. 105, grifos do autor):

[...] não foi o livre-mercado que tomou essa decisão, porque, afinal, não estamos em um livre-mercado - a regulação governamental concedeu a determinados atores financeiros o status de reis e não permite que outros entrem no mercado. A liberdade econômica foi violada por um grupo de elite com o poder de influenciar tanto a legislação quanto os princípios envolvidos na atuação desses bancos.

O problema, como apontam os *cypherpunks*, é que no sistema há uma desigualdade fundamental e, quando é criada uma lei que favorece alguém que já é forte, o surgimento de um concorrente, que poderia ter sido mais eficiente, é impedido. Por isso, segundo Assange (2013), o mercado precisa ser regulado para ser livre. Se não existe uma regulação que assegure a livre-concorrência e a liberdade na internet, já existe uma disputa no que se refere ao campo jurídico dos EUA para defender o fim de todos os tipos de regulação sobre a internet, defender que só no livre-mercado total é que o mundo pode se desenvolver e que as pessoas têm o direito a se conectarem. A atuação favorece atores globais que têm, é claro, sede no país (Powers; Jablonski, 2015).

Ainda segundo Assange (2015), o poder e os recursos das megacorporações da internet são diferentes da Boeing, Chevron ou Monsanto, pois seu poder está ligado à propriedade da infraestrutura das comunicações. De qualquer forma, a essência é a mesma. A constituição jurídica é praticamente igual e seu habitat é o mesmo: o capitalismo globalizado do século XXI. Com seu tamanho, poder e dinheiro, elas se tornam viáveis para a operação de um império:

Uma corporação norte-americana de internet grande o suficiente representa uma ameaça potencial para a soberania e a segurança de países como o Brasil, a Índia, a Rússia ou o Irã no mesmo patamar que uma companhia de energia ou uma fabricante de armamentos norteamericana. Ou, aliás, um órgão do governo dos Estados Unidos (ASSANGE, 2015, l. 333).

No começo dos anos 1990, quando o movimento *cypherpunk*, do qual Assange faz parte, surgiu, a preocupação era que a internet poderia proporcionar muito mais liberdade na comunicação do que outros meios que vieram antes e que a criptografia seria uma chave para fugir da censura e da vigilância do Estado. Mas, ao contrário de terem uma visão da internet como a que se tem dos Estados Unidos (terra da liberdade), os *cypherpunks* entendiam que junto a essa maior liberdade, vinha uma maior possibilidade de controlar todas as comunicações (Assange, 2013).

Uma maior comunicação significa que temos mais liberdade em relação às pessoas que estão tentando controlar as ideias e criar o consenso, e uma maior vigilância significa exatamente o contrário. A vigilância é muito mais óbvia atualmente do que quando o grosso dela era feito apenas pelos Estados norte-americano, britânico, russo e alguns outros, como o suíço e o francês (ASSANGE, 2013, p.43).

Essa vigilância é feita por todo mundo e tem um potencial totalizante [segundo Powers e Jablonski (2015) a internet é o único meio de comunicação verdadeiramente global e a interação das pessoas com ela a torna mais significativa do que outros meios como o rádio e a TV], porque as pessoas divulgam suas ideias nas redes, assim como suas comunicações familiares e suas amizades. Além disso, é preciso destacar que isso é uma possibilidade concreta e que existe graças à abordagem “tática” e não “estratégica” de coleta de dados, que foi revelada por Snowden ao vazar os programas de vigilância da NSA (Assange, 2013).

Uma abordagem tática seria algo como: “Nesse exato momento, nessa reunião, precisamos grampear esse lugar, precisamos plantar alguém com um microfone ou deixar sistemas de vigilância GSM (*Global System for Mobile Communications*) de prontidão em um carro para interceptar imediatamente o que as pessoas dizem sem precisar envolver a operadora da rede, sem precisar obter um mandado de busca ou algo parecido, sem a necessidade de nenhum procedimento legal... É só fazer”. Já a abordagem estratégica significa fazer por default - simplesmente gravar tudo e esmiuçar depois, por meio de sistemas analíticos. (ASSANGE, 2013, p. 57, grifos do autor).

A NSA, responsável pela coleta de dados e proteção interna dos EUA, procurou o setor privado após o ataque terrorista de 11 de setembro para acessar quaisquer tipos de comunicação que poderiam estar relacionadas a futuros ataques. É aqui que os dados são transformados em valor de troca por causa da segurança (Powers; Jablonski, 2015). O que se desenvolveu dali em diante não foi apenas uma vigilância esporádica e focada nos terroristas. Era esperado que, após o ataque às Torres Gêmeas, caso Osama bin Laden fosse utilizar a internet, NSA, CIA e afins utilizariam todo seu potencial, aliadas ao setor privado, para procurá-lo; o que se viu, entretanto, principalmente com as revelações do ex-analista da NSA Edward Snowden, é que era basicamente impossível para qualquer pessoa ter privacidade na rede. A lógica do sistema é pegar todos os dados disponíveis e filtrar depois (Powers, Jablonski, 2015).

Os dados são assustadores. Segundo informações da própria NSA, a agência, em 2013, já tocava em mais dados do que o próprio Google. Enquanto a empresa processava uma média de 20 petabytes por dia, a NSA coletava mais de 29 petabytes diários (Powers, Jablonski, 2015). Cada petabyte equivale a 1.000 terabytes. Cada terabyte equivale a 1.024 gigabytes. Ou seja, em 2013, todos os dias a Agência de Segurança Nacional dos Estados Unidos coletava cerca de 29 milhões de gigabytes de dados.

Se o Google se alia ao governo dos EUA e o governo dos EUA se alia às grandes corporações, é porque ambos estão ganhando. Ao mesmo tempo em que a política estadunidense, pautada por sua economia, abre novos mercados e garante oligopólios, as empresas colaboram tanto com a vigilância quanto com a manutenção de uma posição hegemônica do próprio país. Pensando por essa perspectiva:

[...] a verdadeira guerra cibernética pode não ser por capacidades ofensivas ou cibersegurança, mas, ao invés, por legitimar instituições existentes e normas governando indústrias de internet com a finalidade de garantir a seu contínuo domínio de mercado e rentabilidade (POWERS; JABLONSKI, 2015, p. 100, tradução nossa).

Essa conexão das empresas com o governo e o poder, principalmente, nas discussões de política externa e interna (necessidade de liberdade de conexão absoluta, por exemplo) fez com que o general Keith Alexander, analisando a atuação de Google e a Microsoft, tivesse a percepção de que elas se portam como próprios “Estados”:

Você vê o Google atuando em algumas maneiras como um Estado-nação costumava atuar, exercendo ao máximo de sua capacidade alguns atributos tradicionalmente associados a Estados soberanos... A última vez em que tivemos uma descontinuidade tão poderosa foi provavelmente a descoberta europeia do hemisfério ocidental. Naquela época, nós tínhamos algumas grandes, corporações multinacionais - Companhia das Índias Ocidentais e Hudson's Bay - que atuavam como Estados. E eu vejo elementos disso com as grandes Microsofts e Googles do mundo. Por causa de seu tamanho, elas na verdade estão tomando decisões que têm o impacto do tipo de decisões tomadas nos salões governamentais (POWERS; JABLONSKI, 2015, p. 195, tradução nossa).

Quando Edward Luttwak (2016) escreveu seu livro prático sobre como e em quais condições acontecem os Golpes de Estado, ele destacou que o poder do Estado moderno depende de sua capacidade de, graças ao desenvolvimento de sua burocracia, vigiar, seguir e, caso queira, controlar organizações e indivíduos. Considerando que os Estados Unidos têm toda essa capacidade (graças à conexão entre governo e empresas), eles estão em posição de domínio com relação ao mundo todo. Seu poder é tamanho que, inclusive, líderes de importantes nações como Angela Merkel, chanceler alemã, e Dilma Rousseff, então presidente do Brasil, foram alvo de espionagem estadunidense (Powers; Jablonski, 2015). Por

isso, é preciso pensar em formas de lidar com esse cenário e discutir sobre a atuação supostamente neutra das megacorporações da internet.

AS FORMAS COMUNICAÇÃO E JURÍDICA E ESTATAL

Como vimos neste trabalho, as grandes corporações da internet cresceram e se desenvolveram de uma forma que emulam a atuação do que conhecemos como Estados-nações. A fala do general Keith Alexander, citada anteriormente, exemplifica a percepção de que, no tabuleiro geopolítico, essas empresas estão atuando e tomando decisões que antes estavam relegadas a Estados. Mas o que são essas entidades e o que as caracteriza?


A ideia de Estados soberanos e com autoridade dentro de seus territórios é antiga e, de acordo com Arantes (2007), o “moderno sistema mundial interestados de equilíbrio hegemônico [é] oriundo das sucessivas edições do modelo acordado em Vestfália três séculos e meio atrás” (ARANTES, 2007, p. 34). Os acordos de Vestfália encerram guerras e instituem noções que hoje são naturais para nós como a de que o Estado é soberano dentro de seu próprio território.

É nessa linha que os contratualistas (Hobbes, Locke e Rousseau) teorizaram sobre essas entidades, a necessidade de que elas existam e seu papel, ao mesmo tempo de coerção mas também de garantidor das liberdades individuais. O Estado seria a entidade que garantiria o bem comum e, para isso, os cidadãos abririam mão de alguma liberdade em prol de sua segurança (Carnoy, 2013).

Há muito mais nas teorias contratualistas e também em teorias liberais do Estado, mas nem uma nem outra são o foco deste trabalho, que tem como base a teoria marxista do estado. No famoso Manifesto do Partido Comunista (2001), Marx e Engels disseram que o Estado é um comitê que gere os interesses da classe dominante, que, no caso da sociedade capitalista, é a burguesia, mas há muito mais nas análises marxistas dele.

Neste trabalho, o foco será na diferença de análise entre o estruturalismo francês de Althusser e os autores da derivação, debate inaugurado pelos alemães, mas que também é presente no Brasil com autores da Comunicação, como César Bolaño (2000), e do Direito, como Alysson Mascaro (2013).

O estruturalismo parte de uma linha de análise do Estado que é a da luta de classes como estrutura da sociedade capitalista. Althusser (2008) escreve sua obra e sua teoria baseado na ideia de que vivemos em uma sociedade capitalista de classes e, portanto, os




aparelhos, a ideologia e a estrutura de toda a sociedade seguem essa lógica. Dentro dessa sociedade, há dois pilares sobre os quais a sociedade está assentada: a infraestrutura (econômica) e a superestrutura (jurídico-política). Althusser considera que ambas têm grande importância na produção e reprodução da sociedade capitalista. Se a primeira está na esfera da infraestrutura, a segunda fica na superestrutura, mas ambas são necessárias, afinal, não é possível produzir infinitamente sem que as condições de produção sejam reproduzidas (Althusser, 2008).

Para que essas duas estruturas sejam consolidadas e possam se manter, há alguns aparelhos que Althusser (2008) divide entre os repressivos e os ideológicos (sendo que eles não são somente um ou outro, mas majoritariamente um deles). Dentro do primeiro grupo estão, por exemplo, a polícia, os tribunais e o judiciário; enquanto no outro estão a família, a igreja, a imprensa e outros aparelhos que garantem que a ideologia da sociedade burguesa se reproduza, afinal, a sociedade não pode se reproduzir somente baseada na coerção/repressão e, por isso, a ideologia que nos faz trabalhar, produzir e seguir as regras sem as questionar e/ou viver fora delas é tão importante. A ideia é que pensemos sempre na possibilidade de que um policial esteja nos vigiando, caso façamos algo “errado”.

Esses aparelhos e essas estruturas existem para que a sociedade burguesa possa existir. Mas esses aparelhos existem dentro de um Estado e do Direito que o organiza. Althusser(2008), entretanto, destaca que o Direito exclui a parte da produção de sua abrangência. Ele o faz igualando todos os cidadãos livres como proprietários de mercadorias similar e não considera o fato de que alguns (poucos) são proprietários dos meios de produção e outros (maioria) da força de trabalho. Por isso, a produção está excluída da normatização jurídica, que se atém a garantir que as condições da produção sejam possíveis e que os contratos se cumpram. Tudo isso é baseado na ideia de que há uma repressão (não necessariamente física) ou uma punição caso a pessoa não siga as regras, os contratos ou os acordos (Althusser, 2008).

Já o Estado na sociedade capitalista é um Estado de classe e, portanto, ele é a estrutura que garante a dominação de uma classe pela outra. “O Estado é uma espécie de ‘máquina’ de repressão que permite às classes dominantes [...] garantir sua dominação sobre a classe operária para submetê-la ao processo de extorsão da mais-valia (isto é, à exploração capitalista)” (ALTHUSSER, 2008, p. 97, grifos do autor). Por isso, o objetivo da classe proletária na luta de classes é tomar o Estado e expandir os limites da sociedade burguesa (Althusser, 2008). Por exemplo, mesmo que os aparelhos dentro dele sejam burgueses (a




família, a escola, a imprensa e os sindicatos, por exemplo), afinal, são parte da sociedade, eles variam de país para país dependendo da luta de classe que os empurra mais para “frente” ou os traz para “trás” (considerando frente e trás como avanço e regresso para a classe proletária).

No limite, Althusser (2008) segue a linha de Lênin de que é preciso tomar o Estado e o destruir para construir uma nova forma de organização propriamente proletária. Num primeiro momento é impossível tomar o Estado, o destruir e sobre ele construir o Estado proletário; por isso, é necessário tomar o Estado e possibilitar que novos aparelhos surjam/se organizem com caráter mais progressista e então, através da luta de classes, construir uma nova sociedade proletária com novos aparelhos e um novo “Estado” - entre aspas pois o Estado, enquanto forma de organização da sociedade, definharia e não seria mais necessário no comunismo, como visto em Lênin (2011).

Os derivacionistas, por outro lado, partem de uma análise do Estado como uma forma capitalista derivada da mais simples forma desta sociedade: a mercadoria. Partindo dessa forma elementar, os autores derivam as outras formas da sociedade capitalista - desde, por exemplo, o Estado até a informação e a comunicação (Bolaño, 2000).

Seguindo esse método de análise, os derivacionistas partem de uma leitura do Estado e do Direito a partir do questionamento feito pelo jurista soviético Evgeni Pachukanis. Segundo Pachukanis, era preciso entender o porquê da dominação de classe não permanecer sempre da forma como é, mas também por qual motivo ela resiste e além disso compreender o que levou a violência física a mudar de uma forma privada no feudalismo para uma pública e impessoal no capitalismo (BONNET, A.; PIVA, A. [Comp., Ed.], 2017). Dessa forma o Estado é um pressuposto do capitalismo, afinal, o sistema só existe porque um Estado existe, mas também ele não é sempre o mesmo Estado com as mesmas atribuições. O Estado tem sua forma, mas ela varia conforme o momento em que o capitalismo está. É por isso que o Estado capitalista, enquanto historicamente constituído, não pode ser derivado diretamente do capital. O que pode ser derivado do capital é um Estado capitalista ideal (Bolaño, 2003).

O debate da derivação remete aos anos 1970 na Alemanha em uma discussão entre o método da derivação lógica (Escola de Berlim) e a derivação histórica (Escola de Frankfurt). O objetivo é encontrar o ponto de separação entre relações políticas e econômicas. Os derivacionistas entendem que o Estado nasce de uma necessidade de regular as condições de produção de mais-valia e reprodução do sistema. Ele garante as condições de produção



(separação das forças de produção dos produtores), mas também as de reprodução (inclusive limitar a ação dos capitais individuais, que, agindo em seus próprios interesses, levariam o sistema a destruir as próprias bases sobre as quais ele está erigido). É por isso que os derivacionistas teorizam que a crise e as mudanças na estrutura social fazem parte do próprio modo como o sistema é organizado e são elas que possibilitam que o sistema se reorganize e se reestruture (Bolaño, 2003).

Além disso, os autores vão contra a noção de que política e economia são campos separados da estrutura social e organizativa do capitalismo, mas que as duas são formas diferentes de subordinação do trabalho ao capital. Dessa forma, o Estado, como forma de subordinação política do trabalho ao capital, não pode resolver as crises da economia, mas ele as reproduz na esfera política até que ela se converta em uma crise e reestruturação da sociedade (BONNET, A.; PIVA, A. [Comp., Ed.], 2017). É dessa separação/relação entre política e economia que os derivacionais veem a possibilidade da regulação e o Estado como um regulador da condição geral de produção e reprodução da sociedade capitalista.

Entendendo o Estado como uma forma capitalista, não seria possível instrumentalizá-lo em favor de uma causa ou até mesmo de um projeto de esquerda, mas seria necessário propor formas para fora do capital e do Estado e, caso em algum momento o Estado seja ocupado pela esquerda, esse momento deve ser usado para propor projetos e possibilitar que novas formas de organização existam e se fortaleçam para fora da estrutura tradicional (BONNET, A.; PIVA, A. [Comp., Ed.], 2017).

CONCLUSÃO

Concluindo, se pensarmos pelo prisma da derivação, temos de analisar as formas da sociedade e do capitalismo historicamente, mas também no momento específico da análise. Por causa disso, derivadas da mercadoria, as formas têm funções historicamente constituídas, mas que variam conforme a estruturação social do momento. A comunicação e o Estado, por exemplo, têm funções e formas estabelecidas, historicamente falando, mas hoje o que vemos é a mistura das formas no papel que as grandes corporações da internet desempenham.

A forma como Neymar lidou com a acusação de estupro e a notícia da criação da libra, anunciada por Zuckerberg, são exemplos dessa mistura e até mesmo da substituição da lógica jurídica e estatal tradicional pela lógica da forma comunicação atual (a internet), de imediatismo, no caso do jogador de futebol, e de substituição do Estado em disputas econômicas e geopolíticas pelas grandes corporações da internet como o Facebook.

Outros pontos relevantes são as discussões das grandes corporações que existem, principalmente na China e nos EUA, é claro, e como a disputa pela entrada em mercados, o capitalismo de acesso para Arantes (2007), é na realidade uma disputa por poder econômico e político. Nessa disputa, entretanto, os Estados estão sendo cada vez mais relegados ao poder físico e do monopólio da violência e menos nas discussões racionais e políticas – papel no qual nos acostumamos, historicamente, a ver os Estados atuarem (Arantes, 2007) (Assange, 2015).

BIBLIOGRAFIA

ALTHUSSER, Louis. **Sobre a Reprodução**. Petrópolis. Vozes. 2008.

ARANTES, Paulo. **Extinção**. São Paulo. Boitempo Editorial. 2007.

ARTHUR, Christopher. **The new dialectic and Marx's Capital**. Leida. Brill. 2004.

ASSANGE, Julian. **Cypherpunks: Liberdade e o Futuro da Internet**. São Paulo. Boitempo Editorial. 2013.

_____. **Quando o Google encontrou o Wikileaks**. São Paulo. Boitempo Editorial. *Ebook*. 2015.

BOLAÑO, César; VIEIRA, Eloy S. Economia política da internet e os sites de redes sociais. **Revista Eptic Online**, vol. 16, n. 2, maio-ago. 2014. Disponível em:

<<https://seer.ufs.br/index.php/eptic/article/viewFile/2168/1947>>. Acesso em: 25 de abr. de 2018.

BOLAÑO, César. **Indústria cultural: informação e capitalismo**. São Paulo. Pólis/Hucitec. 2000.

_____. Da Derivação à Regulação: Para uma Abordagem da Indústria Cultural. **Revista Electrónica Internacional de Economía Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación**. v. V, n. 3, set./dez. 2003. Disponível em:

<<https://seer.ufs.br/index.php/eptic/article/view/405/536>>. Acesso em: 26 março 2019.

BONNET, A.; PIVA, A. (Comp., Ed.). **Estado y Capital: El Debate Alemán Sobre la Derivación del Estado**. Buenos Aires. Herramienta. *E-book*. 2017.

BRIGGS, Asa; BURKE, Peter. **Uma História Social da Mídia: De Gutenberg à Internet**. Rio de Janeiro. Zahar. 3. ed. 2016.

CARNOY, Martin. **Estado e Teoria Política**. Campinas. Papyrus. 2013.

GUERIN, Daniel. **Fascism and Big Business**. Atlanta. Pathfinder. 1994.

LEMONS, André. **cibercultura: tecnologia e vida social na cultura contemporânea**. Porto Alegre. Sulina. 5. ed. 2010.

LUTTWAK, Edward. **Coup d'état: a practical handbook**. 1. ed. Cambridge: Harvard University Press, 2016.

MAGRI, Diogo. Caso Neymar: o que se sabe até agora sobre a acusação de estupro. **El País**. 2019. Disponível em: <https://brasil.elpais.com/brasil/2019/06/04/deportes/1559680414_906378.html>. Acesso em 30 de jun. de 2019.

MARX, Karl; ENGELS, Friedrich. Manifesto do Partido Comunista. **Portal Abel**. 2001. Disponível em: <<https://www.portalabel.org.br/images/pdfs/manifesto-comunista.pdf>>. Acesso em 28 de nov. de 2011.

MASCARO, Alysson. **Estado e Forma Política**. São Paulo. Boitempo Editorial. 2013.

LÊNIN, Vladimir. **O Estado e a Revolução**. Campinas. FE/Unicamp. 2011.

POWERS, Shawn e JABLONSKI, Michael. **The Real Cyber War: The political economy of internet freedom**. Champaign. University of Illinois Press. 2015.

ZUCKERBERG, Mark. 18 de junho de 2019. Facebook: Mark Zuckerberg. Disponível em: <<https://www.facebook.com/zuck/posts/10107693323579671>>. Acesso em 30 de jun. de 2019. (sem título)

CAPÍTULO 14

POR UM JORNALISMO DECOLONIAL: FERRAMENTAS PARA (RE)EXISTIR

Hugo Wesley Oliveira Silva, Mestrando em comunicação, UFPE

RESUMO

O ensaio aqui exposto foi desenvolvido para a cadeira “decolonialidade e antropologia” (PPGA-UFPE) e se propõe a interpretar como o jornalismo comercial pode ser repensado a partir das propostas e argumentações decoloniais. Atuando sobre a tensão de como, mesmo sendo parte de um sistema de capitalização e legitimação de narrativas, seria possível construir enunciados outros para além da objetificação do Outro insubjetivo. Para tanto, nos debruçaremos sobre as práticas e exemplos possíveis de como agentes de mudança versam em uma tentativa de (re)existência do jornalismo profissional brasileiro.


PALAVRAS CHAVE: Decolonialidade; Comunicação; Jornalismo; Ensaio; Novo Jornalismo.

INTRODUÇÃO

Debates ligados as formas de subjetivação dos discursos jornalísticos estão cada vez mais presentes no âmbito acadêmico. Debate-se, sabe-se e ouve-se muito falar das preocupações quanto a produção de saberes outros, questões de um jornalismo que busca alinhar-se cada vez menos aos interesses capitalizados e de espetacularizações. É dentro desse prisma que alinhamos nossa pesquisa, em um esforço de compreender a luz do jornalismo os estudos transdisciplinares sobre comunicação e antropologia.

Imbricando o pensamento decolonial com o jornalismo urbano contemporâneo estamos abraçando uma visão do jornalismo até então pouco explorada, uma visão que não pode ser universalizada, quantificada ou metodologizada, uma perspectiva que, apesar de teórica, necessita da empiria do campo para se fazer materializada. Pensando como as subjetividades de jornalistas e suas fontes se permutam e se constroem, assim como também se marginalizam, como as heranças do pensamento maniqueísta do Nós contra o Outro refletem nas praticas jornalísticas.

Os estudos decoloniais se alinham ao jornalismo em uma ruptura com a modernidade racional do pensamento ocidental europeu, que apensar de não parecer, vigora no jornalismo brasileiro. Como essa colonialidade ele se faz tangível nas vivencias e experiências de todos os corpos e saberes que são fronteiriços e marginais aos postos de poderes, experiências




essas que direta ou indiretamente bebem das heranças de uma colonização cognitiva. Problemas como Alteridade, subjetividade, conhecimentos e saberes outros são pautas que devem e são abordadas por um jornalismo decolonial. Esse alinhamento de interesses pode significar uma maneira do jornalismo reexistir às turbulentas e confusas experiências que tem enfrentado, uma forma de (re)existência na contemporaneidade.

A INSUBJETIVIDADE DA FONTE

Preso entre idas e vindas de uma subjetividade que parece nunca se fazer presente, pensar o jornalismo comercial decolonialmente é pensar em narrativas onde os sujeitos do “eu” e do “outro” não sejam alvos de exclusão, é assumir que as narrativas criadas pela instrumentalização das razões narrativas são fontes de poder, marginalidades e subjetividades. O jornalismo decolonial nasce em uma tentativa de ir de encontro aos modelos colonizadores, universalistas e racionalistas da comunicação. Pensar um jornalismo decolonial é repensar raças e gêneros, para além dos binômios coloniais de construção de um outro insubjetivado. Parte do imaginário comum entre acadêmicos e não acadêmicos do que se tem pela performance jornalística: a objetividade de lead (o que; quem; quando; onde; como; por que?), já não mais representa/contempla os dilemas que o jornalismo contemporâneo enfrenta para (re)existir, cada vez mais caminhos outros vem sendo tomados. Sejam matérias coloridas, seja o jornalismo literário, formas não funcionalistas de narrar as múltiplas realidades cotidianas vêm tomando forma e crescendo em um campo em constante contradição e mudança. O jornalismo “moderno” (colonial) assumiu papel de sacralizar as relações sociais objetivas, sua narrativa midiática e mesmo totêmica um imaginário social de classificação de elementos de (in)subjetivação.

Vemos essas práticas classificatórias dicotômicas de uma sacralização do pensamento colonial em diferentes maneiras, sendo a tarefa incumbida ao jornalismo midiático e materializar a colonialidade nos discursos de representações objetivas de complementaridades “modernas” e “universalistas” em categorias como: Bandido (para negros) | suspeitos (para brancos); traficante (para negros) | Jovem portador de drogas (para brancos); Manifestantes (para brancos) | Vandalos (para pretos); Mulatas (para negras) | Mulher (para brancas); Doméstica (para negras) | Bela recatada e do lar (Para brancas) etc., em um esforço de legitimar postos de dominação e subalternidade coloniais, colonizando cognitivamente os corpos e mentes subalternos roubando deles suas próprias noções desse e do outro, em uma alteridade comercial, “a transformação civilizatória justificava a colonização da memória e, conseqüentemente, das noções de si das pessoas, da relação intersubjetiva, da sua relação




como mundo espiritual, com a terra, com o próprio tecido de sua concepção de realidade, identidade” (LUGENES, 2014, p. 338)

Porém, essas narrativas de massificação colonial não estão imunes às contradições. É dentro do jornalismo colonizador que se consolida, antes de mais nada, uma falsa noção de retirada da subjetividade dos interlocutores, em um imaginário onde o consumidor final da produção jornalístico será sempre o Outro e as subjetividades seculares modernas são frutos da racionalização ocidental. Esse campo de legitimação massivo vem passando por uma crise paradigmática ante adventos como as *fakenews* (notícias falsas), os jornalismo de mídias sociais, o crescimento das influências das militâncias raciais e feministas e a queda da credibilidade dos conglomerados midiáticos

É preciso pensar em um jornalismo que se utilize, sem constrangimentos, da subjetividade, reconhecendo-a como um ganho fundamental na prática da reportagem e mesmo na notícia cotidiana. Assume-se que não é possível domar o mundo exterior- e o Outro- em sua totalidade (independentemente de estarmos lidando com um “fato”, “fenômeno” ou “acontecimento”), mas que devemos antes, incorporá-lo, dentro de nossas limitações às práticas jornalísticas (MORAES, 2015, p. 15)

É nesse *Outro* detentor de suas próprias (in)subjetividades que ancoramos nosso pequeno barco. Parte do grande arcabouço da mídia, o Outro sempre performou, para o jornalismo em especial, o que se deseja saber. As “fontes” carregam em si o peso testemunhal das realidades políticas, tendo sobre elas o papel de narrar as realidades acometidas, o jornalista se exime de tal peso pelo já puído manto da “objetividade” profissional. Esse Outro testemunhal passa a ocupar um papel assim como os que Castro Gómez entender por “invenção do outro”, “esta tentativa de criar perfis de subjetividade estatalmente coordenados conduz ao fenômeno que aqui denominamos ‘a invenção do outro’” (CASTRO-GÓMEZ, 2005, p.81). Contrariando o que se pensa comumente, a fonte jornalística, o Outro, não possui autonomia em si, ele será sempre um objetivo de estudo para o jornalismo, um ser inventado e acionado como, e de modo que, contribua com a consolidação do argumento jornalístico.

O Outro se cria na institucionalização das práticas da vida social, nas formas Estatais e simbólicas das vivências sociais. Se criamos um paralelo entre Moraes e Quijano, podemos dizer que o Outro habita na dominação cognitiva do seu ser e no fetichismos que isso acarreta, “A fetichização da verdade testemunhal dificulta, até mesmo na dimensão ética, uma análise dos relatos de vítimas- ou, podemos pensar dos jornalistas- e dos jornalísticas vítimas” (MORAES, 2015, p. 163). Esse Outro, que no jornalismo contemporâneo é a fonte (testemunha), nas ciências sociais é não-branco-europeu, naturalizado pelas narrativas massivas, encoberto pelo jornalismo sob a “inclusão do eu” testemunhal, construindo um outro



sempre objetivado, Estatal e incapaz de subjetivar-se pelas suas práticas decoloniais (CASTRO-GÓMEZ, 2005), ao adequarmos o pensamento decolonial ao jornalismo estamos essencialmente pregando a entradas das subjetividades profissionais e anônimas no jornalismo (não queremos aqui pregar uma retirada da objetividade no jornalismo, mas sim, sua revisão e readequação, entendo que ele não pode ser universalizado amplamente).

Em sua obra o Mexicano Anibal Quijano nos alerta, ou mesmo nos alenta, quanto as centralidades e marginalidades de uma (re)existência intelectual de valoração de formas outras de saberes, de uma prática ontológica capaz de, tentar, (re)construir saberes tomados de assalto durante períodos de massiva violência social-colonial. Porém tais práticas são formas de enfrentamento as raízes de um sistema de insubjetivação, onde as questões de alteridade são negadas a todos os corpos e imaginários Não-branco e Não-europeus. Criando assim as marginalidades ligadas as raças/culturas, as forças coloniais (e aqui não nos referimos somente às invasões coloniais físicas e sim psicológica), criaram um Outro subalterno, uma consciência de subjetividade onde ele jamais pertencerá a si ou a sua cultura, ele sempre será a do “Outro”.

A incorporação de tão diversas e heterogêneas histórias culturais a um único mundo dominado pela Europa, significou para esse mundo uma configuração cultural, intelectual, em suma intersubjetiva, equivalente à articulação de todas as formas de controle do trabalho em torno do capital, para estabelecer o capitalismo mundial. Com efeito, todas as experiências, histórias, recursos e produtos culturais terminaram também articulados numa só ordem cultural global em torno da hegemonia européia ou ocidental. Em outras palavras, como parte do novo padrão de poder mundial, a Europa também concentrou sob sua hegemonia o controle de todas as formas de controle da subjetividade, da cultura, e em especial do conhecimento, da produção do conhecimento. (QUIJANO, 2005, p. 5)

Onde caberia então engajar o jornalismo a essa luta de subjetivação ante um passado de colonização cognitiva do ser? Como e por que se faz possível narrativas que vão de encontro às formas de concepção do mundo? Podemos traduzir essa tentativa de reapropriação de um pensamento decolonial, através do jornalismo, quando são os subalternos quem falam por si e para seus pares.

É fato que os jornalismo, em suas diversas plataformas e performances povoam e credibilizam as potências construtivas do imaginário social, responsável pela disseminação de informação. Mas, ao trazer o Outro para o centro do debate e dar a ele voz sobre suas questões, não como personagem Estatal, mas sim como voz ativa, ele se torna uma ferramenta para o combate as forças coloniais (porém é preciso que não confundamos o papel de um jornalismo decolonial com o de uma antropologia decolonial, ao jornalismo cabe mediar as realidades subjetivas de forma a atingir um público alvo consumidor de mídias).

Em suas práticas cotidianas, o alinhamento entre Jornalismo e Decolonialidades pode ser visto quando pautas como raça, gênero e classe são abordadas de forma a confrontar o sistema instaurado colonialmente, quanto pautas de valorização de uma cultura antes insubjetivas são temas centrais das narrativas.

Servindo como uma das bases do jornalismo, esta racionalidade delineou as noções de verdade e credibilidade assentada em uma estrutura mental positivista, binária e simplificadora para a apreensão dos acontecimentos, partindo da negação/interdição da subjetividade nos processos cognitivos e baseando seus métodos e técnicas em estratégias (como a verificação e a prova empírica) típicas do cientificismo moderno.


Uma racionalidade cujas bases igualmente repousam no “racismo/machismo epistêmico” forjado na colonização do pensamento ocidental (MORAES; SILVA, 2019, p.2)

Essa produção objetiva do Outro, cargo chefe de um pensamento colonizador, é parte dos enfrentamentos do pensamento decolonial. Assumir que essa é uma das formas de dominação cognitivas do pensamento do sujeito ocidentalmente colonizado é dar um primeiro, e fundamental, passo nas formas de enfrentamento dos processos criadores de marginalidades simbólicas. Alinhadas ao jornalismo, as lutas decoloniais, criam um campo de visibilidades transdisciplinares que permitem uma maior amplitude de ontologias evozes.

JORNALISMO DECOLONIAL EM PRATICAS

Desde o primeiro período de qualquer curso universitário voltado para a comunicação com foco em jornalismo, se é ensinado que a linguagem jornalística é referencial, objetiva e efusiva. A objetividade jornalística diz respeito a uma ideia eurocêntrica de retirada do Eu dos enunciados, em uma tentativa de se fazer entender neutro, como se, ao se retirar a humanidade do texto, se retira também as formas de sua construção subjetiva. “Quando o público e os jornalistas percebem que os textos são influenciados pela subjetividade e podem distorcer a realidade [...] o mundo encontra em plena crise do sistema democrático” (PENA, 2012, p. 50) Em seu texto, “Os idiotas da Objetividade”, Nelson Rodrigues (1968), nos alerta para a mercantilização jornalística em uma práxis discursiva e de linguagem técnica, racionalizada, denunciando um jornalismo que voga sobre a retirada daquilo que se faz humano ao narrar as coisas. A objetividade é, então, o perigo de sempre se narrar as histórias e as vivências a partir de uma perspectiva única e desumanizada.

E que pobre cadáver foi Kennedy na primeira página, por exemplo, do Jornal do Brasil. A manchete humilhava a catástrofe. O mesmo e impessoal tom informativo. Estava lá o cadáver ainda quente. Uma bala arrancara o seu queixo forte, plástico, vital. Nenhum espanto da manchete. Havia um abismo entre o Jornal do Brasil e a tragédia, entre o Jornal do Brasil e a cara mutilada. Pode-se falar na desumanização da manchete. (RODRIGUES, 1968, p. 1.)




Mas, há outras formas de se narrar as múltiplas realidades? Há uma outra forma de se ver, notar e sentir o mundo que se não em uma narrativa objetiva? Antes de entrar nesses méritos precisamos discutir porque o jornalista não pôde se confundir com a fonte, porque a objetividade é também uma forma de exploração colonial de diferenciação de Nós contra os Outros.

Para entender que posto o Outro ocupa no jornalismo objetivo precisamos entender que de uma vez por todas que ele está arreigado ao pensamento do colonizado as noções de classificações de dualidade, onde não se pensa o eu como parte de outro em relações de simbiose, em que através da permuta de ideias, experiências e vivências se faz nascer e aflorar um todo orgânico. Da objetividade, a quem podemos chamar de racionalidade, colonial nasce a noção reta e higienizada de que o Outro, o nativo, a mulher, o não-branco, está para além de Nós. Essa ideia é notória desde as demarcações eurocêntricas em que se separa a “sociedade” da “natureza”, sendo o natural o Outro, e a sociedade o Nós, em uma noção positivista das relações humanas, como deslocamento das estruturas naturais para as sociais, uma sobreposição e legitimação de que o outro, a alteridade eurocêntrica, já nasceu em uma oposição a minha existência natural (QUIJANO, 2010). Tal pensamento acaba não só por marginalizar outras formas de pensamento, como também cria uma história única para as vidas e vivências humanas. Como pode-se então, noções opostas conviverem lado a lado? Não precisamos ir longe do pensamento antropológico para encontrar exemplos dessas aquietações entre os opostos que não se veem como tal. Das noções do povo Yanomami sobre os Xapiri (KOPENAWA; ALBERT, 2015) e aos conhecimentos da medicina secular, do pós-secular e os centro urbanos modernos, e tantas outras concepções que nos mostra possível ser parte do Outro, assim como ele é de Nós.

Talvez a noção mais arraigada hoje em dia seja a de que os modelos locais da natureza não dependem da dicotomia natureza/sociedade. Além do mais, e a diferença das construções modernas com sua estrita separação entre o mundo biofísico, o humano e o supranatural, entende-se comumente que os modelos locais, em muitos contextos não ocidentais, são concebidos como sustentados sobre vínculos de continuidade entre as três esferas. Esta continuidade - que poderia no entanto, ser vivida como problemática e incerta- está culturalmente arraigada através de símbolos, rituais e práticas e está plasmada em especial em relações sociais que também se diferenciam do tipo moderno, capitalista. Desta forma, os seres vivos e não vivos, e com frequência supranaturais não são vistos como entes que constituem domínios distintos e separados -definitivamente não são vistos como esferas opostas da natureza e da cultura e considera-se que as relações sociais abarcam algo mais que aos seres humanos. (ESCOBAR, 2005,p. 65)

O pensamento decolonial vem então para oferecer uma ruptura com essa forma massifica e opositora entre os sujeitos e o corpo, o Outro (a natureza) e o Nós (sociedade).



Rompendo com a lógica eurocêntrica, o jornalismo se apodera de suas narrativas nativas e se despe de concepção engessada.

Pensando essa influência decolonial dentro do jornalismo podemos apontar o jornalismo literário como uma escapatória a essas forças marginalizantes. Tido como “o jornalismo do Real” (CASTRO, 2010), o jornalismo literário consiste em assumir que ambas as partes, fonte (o Outro) e jornalista (o Nós) estão envolvidas na produção daquela narrativa, que tanto quanto os jornalistas são seres dotados de interesses e subjetividades as fotos também os são. Não se busca narrar uma história na perspectiva de uma objetividade do agente externo, assume-se então o compromisso da imersão das realidades das fontes e uma experimentação das vivências em partilhas.

Parte do que Castro (2010) chama de *New Journalism* a narrativa literária consiste em “[...]um jornalismo em primeira pessoa sem o ser, na definição de Fernando Cascais, devido ao fato dos textos incluírem pensamentos, sentimentos e emoções dos protagonistas como se o repórter estivesse se identificando com eles” (Ibid, p. 47). Em uma ruptura de narrativas já sacralizadas pelo pensamento colonial, as realidades são narradas junto ao outro, experimentando suas emoções e ansioso, seus desejos e controversas. É importante salientar que tais narrativas são sujeitas as manipulações, interesses e carnavalizações dos agentes envolvidos, seria ingênuo de nossa parte achar que não há uma manipulação das narrativas, mais ingênuo ainda seria acreditar que as partes envolvidas não são agentes de suas próprias vontades.

Parte do estilo narrativo desse *novo jornalismo*, uma das especialidades do jornalismo literário, é a entrada subjetiva não mercantilizada (ou, como diria Benjamim, 1955, fruto de uma reprodutibilidade técnica). Isso significa dizer que o jornalista não seguirá uma norma de padronização estética, o jornalismo descolonizado oferece também uma ruptura com a estética e a semântica europeia, podendo ser escrito até mesmo em múltiplas línguas. Tais formulações pode acabar por acarretar em uma confusão a respeito da ética e sobre o papel do jornalismo em narrar a realidade, tendo por concepção de realidade uma narrativa sempre de maneira insubjetiva.

Em “o nascimento de Joicy”, Moraes (2015) afirma seus protagonismos e sua influência na vida de sua fonte, ela passa a interagir e a mudar a vida desse Outro assim como o Outro muda a vida dela. Esse confronto seria impossível de se pensar em uma narrativa colonial, pois, assumir que o Outro é parte de sua vida, parte do Nós, seria assumir que ele possui poder,

racionalidade e autonomia, logo, poderia haver uma igualdade entre os agentes em questão.

Esse alheamento (provável resultado das condições de vida e da socialização da ex-agricultora) foi algo que me fascinou, me irritou, me comoveu, me espantou. Foi também uma das mais difíceis características de Joicy com as quais precisei aprender a lidar- e nem sempre consegui. Brigamos várias vezes, em discussões nas quais não estava claro quem era a antagonista (mas, de fato, existe uma). (MORAES, 2015, p. 20)

O Literário como prática jornalística é hoje escasso nos conglomerados midiáticos, sendo sua maior vinculação em livros, ou mesmo em edições especiais dos veículos de comunicação, ele ainda não conseguiu fazer parte das rotinas produtivas dos veículos. Uma ferramenta para sua (re)existência tem sido as produções voltadas para blogs, ou mesmo livros, a exemplo as agências universitárias e coletivos de mídia alternativa, sendo essas plataformas de fáceis acessos hoje, fonte de inspiração e debate nos meios acadêmicos. Podemos citar a exemplo as obras “o olho da rua” (2009) e “a vida que ninguém vê” (2006), da jornalista Eliane Brum; “os sertões” (2010) e “o nascimento de Joicy” (2015) da socióloga e jornalista Fabiana Moraes e as agências jornalísticas das instituições de ensino.

Uma resistência jornalística ante os modelos capitalizados dos conglomerados midiáticos se faz necessária não apenas para pensar um jornalismo humano, para além da objetificação de corpos e humanização dos bens capitais, como também em uma re-existência das práticas jornalísticas sobre a precarização de suas práticas e rotinas produtivas.

CONCLUSÃO

Pode parecer controverso pensar em uma realidade onde o jornalismo possa ser decolonial, onde não apenas os subalternos possuem voz, como eles são parte dos construtos enunciativos. Sabemos que o jornalismo tal como nos é apresentado hoje é fruto da dialética dos modelos eurocêntricos, seu léxico, seus agentes e suas práxis refletem tais mecanismos de legitimação colonial, mas, nossa proposta é nos apoderarmos dessas mesmas ferramentas e mostras que essa virada cosmológica é possível e já está acontecendo. Não nos serve apenas saber a opinião do outro, queremos uma cosmovisão construída em partilha, um discurso, que mesmo sendo, comercial construído em uma polifonia.

Nos apropriando da ideia de tempo/espaço apresentada por Quijano (2005, p. 124), “O futuro é um território temporal aberto. O tempo pode ser novo, pois não é somente a extensão do passado”, parte da luta decolonial é uma tentativa de (re)construção de um futuro possível para as múltiplas e caóticas alteridades, uma constante dialéticas de múltiplos altares dos outros. Cabe ao jornalismo visibilizar esses mundos que mais uma vez voltam a (re)existir.

BIBLIOGRAFIA

CASTRO-GÓMEZ, Santiago. Ciências Sociais, violência epistêmico e a invenção do outro. In: LANDER, E. (org.). *A colonialidade do saber: eurocentrismo e ciências sociais. Perspectivas latino-americanas*. Buenos Aires: CLACSO/ Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociais, 2005.

CASTRO, Gustavo. **Jornalismo Literário uma introdução**. 2010. E-book. Acesso em: https://books.google.com.br/books/about/Jornalismo_Literario_Uma_Introducao.html?id=U6v7QwAACAAJ&redir_esc=y

ESCOBAR, Arturo. O lugar da natureza e a natureza do lugar: globalização ou pós-desenvolvimento?. In: LANDER, E. (org.). *A colonialidade do saber: eurocentrismo e ciências sociais. Perspectivas latino-americanas*. Buenos Aires: CLACSO/ Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociais, 2005.

KOPENAWA, Albert; BRUCE, Davi. **A queda do céu: palavras de um xamã Yanomami**. 1. Ed. São Paulo. Companhia das letras. 2015.

LUGONES, Maria. **Rumo a um feminismo descolonial**. *Estudos Feministas*, Florianópolis, 22(3): 320, setembro-dezembro/2014. Pp. 935-952.

MORAES, Fabiana; SILVA, M. Veiga da. *A objetividade jornalística tem raça e tem gênero: a subjetividade como estratégia descolonizadora*. Associação Nacional dos Programas de Pós Graduação em Comunicação. XXVIII Encontro Anual da Compós, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre. 2019.

MORAES, Fabiana. **O Subjetivo como elemento político**. In, O nascimento de Joicy: transexualidade, jornalismo e os limites entre repórter e personagem. Porto alegre. Arquipélago editora. 2015

QUIJANO, Anibal. Colonialidade do poder, Eurocentrismo e América Latina. In: LANDER, E. (org.). *A colonialidade do saber: eurocentrismo e ciências sociais. Perspectivas latino-americanas*. Buenos Aires: CLACSO/ Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociais, 2005.

_____. Colonialidade do Poder e classificação social. In. SANTOS, Boaventura de Sousa & MENESES, Maria Paula (org.). **Epistemologias do sul**. São Paulo. Cortez. 2010.

PENA, Felipe. **Teoria do jornalismo**. São Paulo. Contexto. 2015. ROGRIGUES, Nelson. **Os idiotas da objetividade**. O globo. 1968

CAPÍTULO 15

JORNALISTAS SERGIPANOS E SUAS CONEXÕES COM A ELITE POLÍTICA LOCAL, UM ATALHO PARA O SUCESSO

Isabel Rocha Souza

Mestre em Sociologia pela PPGS/UFS
Professora da rede Estadual de Educação de Sergipe/SEED/SE

RESUMO


Neste artigo analisamos os padrões de recrutamento, os princípios e modalidades que promovem e legitimam a ascensão profissional dos jornalistas sergipanos, a partir do exame das suas conexões com a elite política local. Ancorado nos estudos das ciências sociais sobre "elite" (grupo dominante na sociedade que detém o poder econômico e/ou político, ou sujeitos que ocupam os cargos dirigentes dentro de uma hierarquia profissional), parte-se do princípio que o universo jornalístico é um espaço heterogêneo e de disputa entre seus pares, onde os critérios de pertencimento são determinados entre os atores conforme sua inserção em diferentes esferas de vida (família, escola, religião, profissão, política, etc.) e a partir do acúmulo de recursos sociais acionados como trunfos para legitimar o crescimento na hierarquia profissional (PETRARCA, 2008). Uma das principais condições para o sucesso profissional do jornalista sergipano, consiste nas estratégias de reconversão de recursos políticos em posições dirigentes dentro do jornalismo e em redefinições dos mecanismos de legitimação dos papéis profissionais. Esses vínculos, geralmente são estabelecidos através da atuação profissional e resulta na ocupação de cargos dirigentes nos veículos midiáticos e na comunicação estatal, contribuindo assim, para a formação da elite jornalística. Com o objetivo de obter informações pertinentes às trajetórias sociais e profissionais dos referidos atores, adotou-se, a metodologia de entrevistas biográficas com jornalistas que ocupam cargos de direção dentro das redações jornalísticas e em instituições estatais.

PALAVRAS-CHAVE: Elites. Recursos Políticos. Jornalismo.

INTRODUÇÃO

A proposta deste artigo é apresentar uma breve análise sobre os padrões de recrutamento, os princípios e modalidades que promovem e legitimam a ascensão profissional e a formação da elite jornalística sergipana, a partir da estreita afinidade desses profissionais com a elite política estadual detentoras dos mais importantes veículos midiáticos do Estado. Para que se dê conta de tal objetivo, faremos um exame das trajetórias de jornalistas que ocupam diferentes posições dirigentes no campo profissional e da distribuição do capital simbólico específico entre os agentes engajados (Bourdieu, 1996, 2004, 2011, 2013).

Pretende-se através deste estudo, evidenciar a hipótese de que a ascensão profissional dos jornalistas de Sergipe tem uma estreita afinidade com seus vínculos políticos, a partir dos




quais eles podem ascender profissionalmente, ocuparem os cargos mais ambicionados da profissão e até se tornarem políticos eleitos pelas legislaturas municipal, estadual e federal. Deste modo, mas do que a preocupação em entender a formação de “elites” profissionais, trata-se especialmente, de uma tentativa em entender quais estruturas e modalidades de reconversão de recursos políticos que corroboram para o acesso do jornalista, a cargos dirigentes. Por conseguinte, se os vínculos entre jornalista e a elite do poder local, contribui para a formação de uma elite jornalística, de que modo essas relações com a estrutura do poder político contribui para a formação de uma elite profissional? Em quais esferas sociais esses vínculos são formados?

Para que se dê conta do objetivo proposto, adotou-se como método de investigação a entrevista biográfica realizada com 04 jornalistas que ocupam cargos de direção dentro das redações jornalísticas e em instituições estatais, com o intuito de obter informações pertinentes às trajetórias sociais, políticas e profissionais dos mesmos. Pois compreender o percurso profissional dos atores em questão, significa entender as condições objetivas e subjetivas que possibilitou o surgimento de uma classe dirigente dentro do jornalismo, a partir dos debates políticos-profissionais que formam o universo jornalístico. Assim, Levando-se em conta os saberes especializados (através da formação acadêmica ou da prática profissional) e os saberes militantes (participação em associações, partidos políticos, sindicatos...), a trajetória dos entrevistados caracterizam estratégias de configuração de um modelo de atuação profissional e são reconhecidos pelo contato estreito com a elite político do Estado.

A análise fundamenta-se na discussão sobre a teoria das elites, que nas últimas décadas, tornou-se um importante tema de investigação e objeto legítimo de pesquisa nas Ciências Sociais, e vem recebendo diferentes denominações, tais como: “elites”, “classes dirigentes”, “grupos dirigentes”, ou “grupos dominantes”. De acordo com a referida teoria, em toda sociedade e nas diferentes esferas sociais, existe sempre uma minoria que, por causa do seu “dom” e competência, é detentora do poder em contraposição a uma maioria que dele é privado. Este poder se apresenta de várias formas, mas é especialmente o poder econômico, político e ideológico que diferencia a elite da maioria das pessoas.

Com base na exposição de alguns casos exemplares, apresentaremos as estratégias de reconversão de vínculos dos jornalistas com a esfera política em formas de atuação profissional diversificadas e as redefinições dos mecanismos de legitimação dos papéis dos grupos dirigente dentro do jornalismo. Tal investigação envolve basicamente, duas dimensões principais, a primeira compreende a análise da importância dos vínculos do jornalista com a




esfera política e a reconversão desse recurso em título profissional, que aliado ao diploma e a experiência em redações, funciona como determinantes para a ascensão profissional, assim como para a ocupação de cargos dirigentes na comunicação social de estatais. Em seguida, evidenciaremos, como tais laços, são não só passíveis de serem acionados como trunfos para a mudança de status dentro da hierarquia do jornalismo sergipano, mas também são importantes, para manter a supremacia da elite política local.

JORNALISMO E ELITES DO PODER

A teoria das elites surgiu a partir dos estudos de Gaetano Mosca e Vilfredo Pareto, sobre as características de uma minoria que em todas as sociedades detém o poder, em detrimento da maioria. Desde então, tais estudos fundamentaram a formulação de novas teorias das elites e influenciaram os cientistas sociais de diferentes países - Brasil (Coradini, 1996, Petrarca, 2007; 2009 e Seidl 2001), França (Bourdieu, 1989; Pinçon e Pinçon Charlot, 2003 e Rieffel, 1984) e Estados Unidos (Mills, Dahl e Schumpeter) -, que têm-se debruçado sobre a temática e considerando as particularidades dos díspares enfoques teóricos, têm produzindo um grande número de estudos a partir de diferentes contextos sociais e metodológicos sobre a formação e recrutamento das elites e grupos dirigentes em diferentes sociedades.

Um importante resultado dessas diferentes abordagens é a que inclui as pesquisas sobre os padrões de recrutamento e de seleção de grupos dirigentes nas mais diversas esferas sociais, visando dar conta tanto da investigação das origens sociais e dos recursos políticos e culturais que identificam certos grupos, quanto das estratégias acionadas nos percursos sociais e profissionais dos indivíduos, para garantir uma posição de destaque na hierarquia de determinadas esferas sociais, caracterizadas por disputas que determinam os critérios de pertencimento entre os sujeitos que detêm recursos sociais variados (PETRARCA, 2008).

O interesse em estudar a elite jornalística está presente tanto na literatura sociológica francesa, representada por Érick Neveu (2001), Rieffel (1984) e Ruellan (1992), quanto pela portuguesa, representada por Serrano (2006), assim como pela brasileira presente nos trabalhos de Petrarca (2007; 2008; 2009). Tais estudos demonstram que o jornalista para ascender profissionalmente, necessita de uma boa rede de contatos que são determinadas por sua inserção em diferentes esferas sociais, que aliados a outros recursos resultam em posições dominantes dentro do jornalismo e o conduzem aos cargos mais desejados, sejam nas redações ou nas assessorias de comunicação em setores estatais ou empresariais.



De acordo com Serrano (1999), há uma relação de interdependência entre as elites do poder e a elite jornalística, pois enquanto os jornalistas estão sempre em busca de matéria, e os líderes políticos além de ser uma rica fonte de informações, estão sempre em busca de visibilidade e com a contribuição dos jornalistas conseguem a notoriedade de que tanto necessitam para fazerem chegar ao público as suas mensagens. Para os políticos é muito útil manter um bom relacionamento com os jornalistas, pois os mesmos são considerados importantes atores políticos, que jamais devem ser menosprezados no exercício diário de suas atividades, por político algum. Já que sem a colaboração dos jornalistas, os políticos não conseguiriam criar os eventos midiáticos que lhes trazem poder e notoriedade.

Para manter esta relação com os comunicadores, os políticos ofertam os famosos briefings,

“conjunto de informações que uma empresa reúne para apresentar ao seu profissional de comunicação (seja ele um funcionário ou uma agência externa) sempre que deseja tornar algum fato público, seja através de campanhas publicitárias, ou de ocupação de espaço editorial”. (DICIONÁRIO DE JORNALISMO, 2010).

Além de assegurar-lhes a entrada em lugares restritos e em eventos oficiais e, por vezes, garantindo-lhes ainda, espaço de trabalho. Os briefings são Observamos assim, o peso das relações pessoais de reciprocidade (Coradini, 1997), tão comum ao universo político. Do outro lado, esses profissionais, especialmente os que trabalham em editoriais de política, também precisam cultivar as suas fontes, aí está a importância de ter acesso às elites do poder, pois as notícias do mundo da política, é resultado de um processo de negociação entre fontes e jornalistas, que na maioria das vezes, se fundamenta em uma relação de confiança e cumplicidade, ou até mesmo de troca de favores.

Neste caso, preferem cobrir a elite do poder e instituições prestigiadas pela sociedade, porque elas lhes trazem também prestígio (opcit). Estes profissionais, que ao longo do exercício do jornalismo, estreitaram os vínculos com a elite do poder, geralmente ocupam cargos dirigentes dentro da estrutura jornalística ou na comunicação social estatal, ganham bem e frequentam os mesmos lugares que as elites de poder e passam a serem vistos pela sociedade e até por seus colegas de profissão, como parte da elite jornalística. Com efeito, o fato de praticamente todos os grandes órgãos de informação brasileira, quer se trate da imprensa, da rádio, da televisão e do online, pertencerem a grandes grupos econômicos e políticos define uma realidade que decisivamente condiciona as funções sociais dos jornalistas e os próprios contornos da elite jornalística.


Sem entrarmos em pormenores, lembremos apenas que a mídia em Sergipe é composta por 57 veículos midiáticos, sendo que os mais importantes estão sediados na capital e que, com exceção dos que são propriedade da Igreja Católica, os demais encontram-se nas mãos de lideranças políticas locais e de grupos familiares. Este é o caso do Sistema Atalaia de Comunicação e da rádio e televisão de Sergipe (FM Sergipe e TV Sergipe). Os proprietários destes veículos midiáticos, que são os mais importantes do estado, encontram-se nas mãos dos irmãos Francos, sendo que um deles é o conhecido líder político e empresário Albano Franco. Já o terceiro grupo, a Fundação Aperipê de Comunicação, pertence ao governo do estadual e o último grupo midiático que se destaca na comunicação de sergipana, é a rede jornal de comunicação, formada por três rádios, site e um jornal. A qual pertence ao importante político João Alves Filho, que já ocupou diferentes cargos eleitorais na estrutura política do Estado. A mídia em Sergipe é um caso típico do que acontece no restante do país, onde a mesma é comandada por políticos que se aproveitam de concessões públicas de rádio e Tv, para através de matérias jornalísticas promoverem os interesses pessoais e de seu grupo, construir uma boa imagem perante a sociedade e conservar a supremacia da elite do poder (GOES, 2012; ARRUDA, 2006; SANTOS, 2006; SANTOS e CAPPARELLI, 2005).

Diante do exposto, percebe-se que a relação entre recursos políticos e esferas de atuação, será primordial para nosso estudo, pois objetivamos entender o modo como os espaços de sociabilidade em que os jornalistas estão inseridos, possibilitam a criação de laços com a elite política, e como esses vínculos são reconvertidos em competência jornalística ampliando consideravelmente a possibilidade de promoção profissional, em um estado, onde praticamente toda a mídia é controlada pela elite do poder.

ESFERAS DE SOCIABILIDADE E ASCENSÃO PROFISSIONAL

Como já exposto em estudos anteriores (NEVEU, 2001; RIEFFEL, 1984; RUELLAN, 1992 e PETRARCA, 2007 e 2008), para obter sucesso profissional, o jornalista precisa ter o “dom” para estabelecer contatos, criar laços e ter uma ampla agenda de endereços. Para adquirir essa essencial rede de contatos, o jornalista se insere ou é inserido em diferentes esferas de sociabilidade, onde não só, constrói sua agenda de endereços, mas também acumula diferentes recursos que contribuem para a sua inserção e sucesso no jornalismo.

Partindo dos pressupostos mais gerais e do princípio que o universo jornalístico, é um espaço heterogêneo e de disputa entre seus pares, onde os critérios de pertencimento são determinados entre os atores, conforme sua inserção em diferentes esferas de vida - família,




escola, política, profissão etc.- e o acúmulo de recursos oriundos de tais esferas, este artigo discute a importância dos vínculos desses profissionais com a esfera política, como carro chefe que caracterizam a ascensão profissional dos mesmos e contribui de modo decisivo para a formação da elite jornalística de Sergipe.

Embasado em um estudo anterior que apontou as redes de relações formadas entre jornalistas e políticos sergipanos (através da atuação em editoriais de política, da militância política e por meio das origens sociais), aliadas a outros tipos de capitais, como primordiais para a atuação desses profissionais em assessorias de imprensa política e na comunicação social de órgãos estatais (SOUZA, 2013), abordaremos aqui, as esferas sociais onde os jornalistas estão inseridos e que torna possível a formação dos vínculos com a política. Segundo Petrarca (2007), dentre os mais importantes espaços de sociabilidade que possibilitam armazenar uma variedade de recursos capazes de serem utilizados para a inserção e ascensão profissional estão: a origem familiar, a participação em movimento estudantil, partidos políticos, sindicatos e a rede de relações tecida nas redações de jornal.

ESFERA FAMILIAR E ESCOLAR E AQUISIÇÃO DE RECURSOS POLÍTICOS

A origem social é uma importante fonte de recurso do jornalista, pois é na esfera familiar, onde ele adquire sua primeira rede de relações e que mais tarde é ampliada para outras redes de interdependências (amigos, colegas de escola, trabalho, vizinhos, associações etc.). Essa rede de relações influencia o indivíduo em sua trajetória de vida e profissional, funcionando como fator determinante para a sustentação do sentimento de pertinência e de valorização social (BERGER e LUCKMAN, 1996). E quanto mais elevada as origens sociais - especialmente no que diz respeito ao jornalismo -, quando associada a outros recursos, maiores são as chances na ocupação de cargos dirigentes no campo jornalístico (PETRARCA, 2008).

A trajetória do secretário de comunicação do município de Nossa Senhora do Socorro, ilustra bem o peso das origens sociais, que associada a sua formação acadêmica, garantiu seu ingresso no jornalismo. Filho de um coronel reformado da Polícia Militar de Sergipe, que durante o governo de Augusto Franco coordenou a equipe de segurança do Palácio do Governo, o referido jornalista, foi convidado por um amigo de seu pai que era diretor da rádio Liberdade - que pertencia ao político Almeida Lima e em 2016 foi vendida e hoje se chama FAN FM -, para apresentar um programa jornalístico no veículo, onde segundo o mesmo se tornou campeão de audiência, com o sucesso do programa e já formado em jornalismo,




recebeu o convite, diretamente do dono, para ser repórter na TV Sergipe, a qual pertence ao ex-governador Albano Franco, cuja família dominou durante muito tempo o cenário político de Sergipe e detém grande parte dos veículos midiáticos do estado. Depois a convite do diretor da TV Atalaia, se tornou âncora e redator do jornal noturno da emissora, que também pertence à família Franco. Em 2008 se afastou do jornalismo para candidatar-se a uma vaga de vereador no município de N. Senhora do Socorro, para a qual foi eleito. Foi também candidato a deputado estadual em 20,

Este caso ilustra bem, como as redes de relações advindas da esfera familiar, aliadas formação acadêmica, proporciona a entrada e o crescimento na hierarquia profissional do jornalismo. Sobre a importância das origens sociais para o sucesso na profissão, Rieffel (1984), em estudos sobre a elite do jornalismo francês afirmou que pertencer às classes sociais privilegiadas funciona como uma espécie de passaporte para o crescimento na hierarquia da profissão. Pois o círculo familiar permite a criação de redes duráveis de relações familiares, de amigos ou conhecidos, que em dado momento pode ser acionada como um recurso para o acesso a informações jornalísticas e a ascensão profissional.

A esfera escolar, é também muito importante para a aquisição de recursos, ela não só permite o acesso ao “saber” institucionalizado e atribui uma expertise ao sujeito, mas também promove a interação social, contribuindo para a diversificação dos laços sociais, que pode se tornar em um importante recurso para a inserção no mercado de trabalho, ou em outro setor de atuação. De acordo com Rieffel (1984), os amigos da época escolar ou universitária em alguns casos, funcionam como uma espécie de guia, indicando ou apresentando o jornalista para o editor chefe das redações jornalísticas. Em nosso quadro de entrevistados, o diretor de Jornalismo e âncora do SETV 1ª Edição, da TV Sergipe, demonstra bem como os vínculos criados nos bancos escolares são importantes para o ingresso no mercado do trabalho. Como podemos observar em seu depoimento, quando questionado sobre como começou a atuar no telejornalismo ele responde:

Foi através de meu professor de telejornalismo, que viu algo em mim que eu não percebia. Eu fazia jornalismo na UFAL (Universidade Federal de Alagoas) e ele além de professor, era diretor da TV Gazeta de Alagoas, tínhamos uma boa relação, um dia ele me disse que eu podia fazer mais do que tinha planejado, e insistiu para eu fazer um estágio na emissora, e aqui estou eu. Sou muito grato.

É também no universo estudantil, onde a maioria dos jovens têm o primeiro contato com o universo da militância política através do Grêmio Estudantil (Ensino Médio) ou liderança estudantil e Diretório Acadêmico (universidade), construindo assim, seus primeiros vínculos com a política. O atual secretário de governo da prefeitura de Aracaju, é um exemplo



de como a militância política iniciada nos bancos escolares, pode construir vínculos políticos, que mais tarde serão convertidos em um importante recurso para a ocupação de cargos dirigentes.


O referido jornalista e publicitário, conheceu o atual prefeito de Aracaju (Edvaldo Nogueira), quando estudava na Universidade Federal de Sergipe (UFS), onde o prefeito também estudava, ambos fizeram parte do Diretório Central dos Estudantes(DCE), se tornaram amigos e fundaram o PCdoB (Partido Comunista do Brasil), hoje é uma pessoa de confiança do prefeito e foi quem coordenou a assessoria de e o marketing político de sua campanha política. Foi também através da sua militância no DCE, que ele conheceu o ex-governador do PT (Partido dos Trabalhadores) Marcelo Deda¹⁵, de quem foi secretário de comunicação estadual.

Observamos assim, que tanto o âmbito familiar, quanto o escolar, são importantes esferas para a formação de vínculos políticos, os quais podem funcionar como um poderoso recurso para o ingresso e sucesso profissional do jornalista, pois são esses laços que dão acesso à informação jornalística, e quando convertidos em recurso profissional, possibilita o acesso a cargos dirigentes dentro das redações ou nas secretarias e assessorias de comunicação de órgãos estatais. O recurso político, é um trunfo que associado a outros recursos como a formação escolar elevada e aos recursos de origens sociais, contribui de modo positivo para o sucesso do jornalista (LEGAVRE, 1996; PETARCA, 2008).

REDAÇÕES JORNALÍSTICAS E VÍNCULOS POLÍTICOS

Além das origens sociais e da esfera escolar, as redações são importantes fontes de recursos, pois formam um privilegiado campo de sociabilidade entre os iguais, onde se fortalece e amplia vínculos com jornalistas que ocupam posição de chefia e que podem resultar em convites para editoriais ou para ocupação de cargos em setores governamentais e legislativos. Pois segundo Petrarca (2007) a entrada do jornalista na assessoria de imprensa política se dá graças ao fato de um amigo ou parente, o indicar a um político conhecido. As redações jornalísticas são também um local onde o jornalista pode construir vínculos com a elite política, através de uma entrevista, de um editorial de política e no caso de Sergipe, até mesmo porque o dono do veículo midiático é o próprio político.

¹⁵Falecido em 2013



Este é o caso do diretor de jornalismo da TV Sergipe, que como todos sabemos pertence ao influente político e empresário Albano Franco, onde ele começou atuar ainda recém formado como editor de texto do Bom Dia Sergipe. Pouco tempo depois de começar a trabalhar, entregou um piloto feito na época de estagiário na TV Gazeta, de Alagoas, ao diretor da TV Sergipe, que também era o dono da mesma e importante político. Certo dia a apresentadora do SETV 2ª Edição faltou sem avisar e o diretor o chamou em sua sala e disse que tinha gostado do seu piloto e ordenou que assumisse a bancada do jornal. Segundo ele, era pegar ou largar. Ele aceitou o desafio e se saiu bem. Desde então, construiu não só uma sólida reputação profissional, reconhecida entre seus iguais por sua competência, assim como um forte vínculo com um dos mais importantes representantes da elite política e econômica do estado.

Esse vínculo, aliado a sua competência profissional já lhe rendeu não só o papel de âncora de um dos mais importantes telejornais do estado, mas também a ocupação de diferentes cargos de chefia dentro da emissora, como o de editor-chefe do SETV 2ª Edição e hoje é diretor de jornalismo, um dos cargos mais ambicionados dentro da profissão, sempre a convite do dono da emissora. O referido caso, é um exemplo de como as redações se constituem em esferas promotoras não apenas de competência profissional e do acúmulo de prestígio, mas também é um setor, onde permite a criação de vínculos com a elite política e econômica, que tem um peso relevante no crescimento profissional dentro da hierarquia jornalística.

Percebe-se assim, que redações não são apenas meros espaços para a prática profissional e aquisição de competência política, é também promotora desocialização e um espaço onde os jornalistas ampliam suas redes de relações e conseqüentemente sua agenda de endereços, a partir do exercício de sua profissão. Podemos observar a importância das redações e a atuação em editoriais de política, para a formação de laços com os representantes da política e a sua influência na formação e consolidação da elite jornalística de Sergipe, através do caso do diretor de jornalismo da TV aperipê¹⁶. Ele diz em seu depoimento, que nunca se envolveu diretamente com política, não é filiado a nenhum partido e seu o primeiro convite para assumir uma assessoria de comunicação de um órgão estatal do município de Aracaju, deve-se ao fato de sua atuação em editoriais de política e de sua competência profissional.

¹⁶TV pública, que pertence ao governo estadual.

Comecei no jornalismo como repórter esportivo, no jornal O Correio, mas sempre gostei de falar sobre política, o editor chefe do jornal que também fazia o editorial de política, era meu amigo e de tanto eu dar opinião sobre a coluna dele, um dia ele me disse: faça você o editorial e espero que fique bom. Foi um desafio, fiz e foi um sucesso, depois disso ele me deixou responsável pelo editorial. Foi aí que os políticos começaram a ler meus artigos e um dia, um chegou no jornal para ser entrevistado e disse que gostava muito da minha coluna. Conversamos bastante e nos tornamos amigos, quando ele se elegeu prefeito de Aracaju, me convidou para assumir a secretaria de comunicação do município, aceitei e quando ele deixou a prefeitura, voltei a trabalhar no jornal, agora como editor chefe e depois assumir a direção de jornalismo da TV Aperipê, por indicação dele.


O depoimento acima explicita bem o que diz Gomes (2004), para quem a profissão de jornalista é ao mesmo tempo um sistema de relações e de reconhecimentos que se dá através do acúmulo de capitais que dota o indivíduo da competência jornalística. Deixa claro também, como os vínculos políticos adquiridos nas redações podem contribuir, aliados a competência profissional, contribui de modo determinante para o crescimento na hierarquia profissional e mudança de status do jornalista, que ao assumir cargos de chefia, passa a fazer parte de uma elite dirigente. Pois, como disse Bourdieu,

“acumular capital é fazer um nome próprio, um nome conhecido e reconhecido, marca que distingue imediatamente seu portador, arrancando-se como forma visível do fundo indiferenciado, despercebido, obscuro, no qual se perde o homem comum” (1983: pg.132).

Os autores franceses, Neveu (2006), Rieffel (1984) e Ruellan (2006), chamam a atenção sobre a capacidade do jornalista em mobilizar as redes organizadas de relações, e de prestígio acumulado pelas posições tomadas, não só no espaço jornalístico, mas também em outros espaços sociais, como recurso de ascensão profissional. Para eles, o jornalista é um "estrategista dotado de virtudes" que diariamente renova laços e amplia seus contatos que contribuem para o aumento de sua agenda telefônica. Ou seja, os vínculos sociais não só fornecem aos atores informações úteis sobre oportunidades e escolhas profissionais, mais também são concebidos como credenciais, que reforçam a identidade e reconhecimento público e possibilitam o acesso a recursos disponíveis em suas redes.

MILITÂNCIA E VÍNCULOS POLÍTICOS

Demonstramos até aqui, como os vínculos dos jornalistas sergipanos com a elite política local, provém de diferentes esferas sociais e o modo como esses laços associados a recursos como formação acadêmica e a competência profissional, vem contribuindo para a formação da elite jornalística de Sergipe. Nesse tópico, abordaremos como a militância de jornalistas em movimentos sociais, sindicatos e em partidos políticos, colabora tanto para a formação de vínculos sociais, quanto para a ampliação do espaço jornalístico e para a ascensão profissional. Pois segundo Petrarca (2007), a forma especial de o jornalista




relacionar a expertise, com a militância política, resulta muitas vezes em convites e indicações para dirigir pastas responsáveis pela comunicação social em instituições governamentais.

Um caso típico que representa esta forma particular de relacionar o exercício do jornalismo com a política e ascender profissionalmente, é o caso do secretário de turismo de Sergipe e apresentador do programa Balanço Geral da TV Atalaia. Além de jornalista e radialista ele também é policial rodoviário federal. Este jornalista, sempre esteve envolvido com a militância, quando estudante, foi líder estudantil, e segundo seu depoimento, era um verdadeiro coringa, organizava os campeonatos esportivos e participava da vida cotidiana da escola. É formado em direito e tem um curso incompleto de jornalismo. Iniciou sua vida profissional no rádio como correspondente da rádio Jornal AM nas eleições de 1990, quando fez a cobertura das eleições de Aquidabã. Depois disso já trabalhou em diversos veículos midiáticos de Aracaju, inclusive em telejornais como repórter.

Como seus trabalhos sempre foram voltados para a política, recebeu convite para se filiar ao PDT e logo depois começou a fazer parte da direção estadual do partido, em 2004 disputou com sucesso sua primeira eleição para vereador de Aracaju, em 2008 foi eleito a prefeito de Nossa Senhora do Socorro e reeleito em 2012, entregando o cargo em 2016, quando acabou seu mandato. Após deixar o cargo de prefeito, foi convidado pelo então governador do estado, para o qual ele fez campanha eleitoral, para dirigir a Secretaria de Turismo e também foi convidado pelo dono e diretor (da família Franco) da tv atalaia para comandar o programa Balanço Geral, o qual apresenta até hoje.

Como podemos perceber este entrevistado, é o único que não obteve o diploma de jornalista, apesar de ter iniciado o curso, já que o mesmo deixou de ser obrigatório desde o ano de 2009. Mas ele se considera hábito ao exercício da profissão, pois tem muitos anos de experiência profissional e como é um ativista político, conhece bem o universo do qual está falando e reconhece que sua militância partidária e sua carreira política, contribuiu para que ele seja convidado a ocupar cargos na esfera governamental. Reconhece também que a sua atuação no radialismo e telejornalismo, foi um fator importante para que ele tivesse sucesso na política, embora deixe bem claro, que há outros aspectos até mais importantes que esse. É exatamente esta forte imbricação entre a política e profissões como o jornalismo, que permite a reconversão das relações estabelecidas entre as duas esferas em um recurso tanto profissional, quanto político (CORADINI, 2007; PETRARCA, 2007).



Diante do exposto, percebe-se que quanto maior as redes de relações de um jornalista, maior é a probabilidade de promoção profissional. E nos casos expostos, o sucesso profissional dos atores envolvidos se caracterizam por seus vínculos com a elite política, seja através de posições ocupadas na militância estudantil e partidária ou através do exercício da profissão em editoriais de política ou programas de rádios e TV. O acesso a cargos dirigentes, representa nesses casos, a perfeita articulação da atividade profissional com vínculos políticos.

CONCLUSÃO

O objetivo deste trabalho foi mostrar a importância dos vínculos dos jornalistas sergipanos com a elite política local, para a ascensão profissional e formação da elite jornalística de Sergipe. Para darmos conta de tal objetivo, entrevistamos 04 jornalistas que se destacam no jornalismo local através de sua atuação profissional e/ou que ocupam cargos dirigentes na mídia ou em órgãos governamentais da comunicação social. Os jornalistas em questão, foram escolhidos, por caracterizarem as estratégias de conformação de um modo de atuação profissional, por serem reconhecidos por seus fortes laços com a elite política local e por serem reconhecidos por seus pares e pela sociedade, como pertencentes a uma elite profissional.

Os jornalistas estudados, tiveram trajetórias diversas e a sua inserções em diferentes esferas de sociabilidade, permitiram que os mesmos construíssem uma rede de contatos com a elite política que colaboraram de modo expressivo no processo de ascensão profissional dos mesmos. Portanto, esses exemplos ilustram a particularidade do restrito grupo de jornalistas que fazem parte de uma fração da elite profissional do jornalismo sergipano.

Por meio dos relatos desses jornalistas podemos identificar as formas tradicionais de entrada e ascensão no mercado jornalístico. Seus depoimentos corroboram os resultados das pesquisas sobre elites jornalísticas. A maior parte dos entrevistados, têm o diploma como um importante recurso para o acesso à profissão, mas ficou claro que o mesmo só tem peso, quando associado a outros recursos, como o das redes de relações, pois todos eles, começaram a atuar em um veículo jornalístico, a convite de uma amigo, ou por indicação de um conhecido. E a partir de então, começaram a expandir sua rede de contatos, especialmente com o universo político, que lançaram mão como trunfo para crescer dentro da hierarquia profissional.

Assim, constatamos neste trabalho, que a inserção em diferentes esferas sociais (origens sociais, militância política e as redações jornalísticas), permite ao jornalista o acúmulo de múltiplos recursos e promovem a formação de conexões com a elite política, que quando combinados, garantem ao jornalista sergipano o acesso a cargos dirigentes dentro do jornalismo e em secretarias da comunicação social do governo e a elevação de seu 'status' profissional, o qual passa a incorporar a elite jornalística sergipana.

Deste modo, concluímos que entre os diversos recursos adquiridos pelos jornalistas ao longo de sua trajetória e de sua inserção em diferentes campos de atuação, os que mais funcionaram como carro-chefe para a garantia de sucesso do jornalista e seu ingresso e permanência na elite jornalística, foram os vínculos com a elite política local, que são detentoras dos mais importantes veículos midiáticos de Sergipe.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BERGER, Peter L. e LUCKMANN, Thomas. **A construção social da realidade – Tratado e Sociologia do conhecimento**. 13ª ed. Rio de Janeiro, Editora Petrópolis, 1996.

BOURDIEU, Pierre. “**O campo científico**”, in Sociologia. São Paulo: Ática, 1983, pp. 122-155.

_____. **Sobre a Televisão**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed. 1997.

_____. **La Noblesse d'État: grandes écoles et esprit de corps**. Paris: Editions de Minuit, 1989.

CORADINE, Odaci Luiz. **Em nome de quem? Recursos sociais no recrutamento de elites políticas**. Rio de Janeiro: Relume-Dumará, 2001.

DICIONÁRIO DE JORNALISMO. 2010. Disponível em: <https://dicionariodejornalismo.blogspot.com/2010/08/briefing.html> acesso em: 06/04/2018

LE CAM, F; RUELLAN, D. **Professionnalisme, professionnalisation et profession de journaliste au Brésil, en France et au Québec: un essai de comparaison**. In: LEGRAVE, J.B. La presse écrite: objets délaissés. Paris, L'Harmattan, 2004.

LEGAVRE, Jean-Baptiste. **D'un groupe à l'autre. Le passage de l'expertise en communication à la pratique politique professionnelle** - Politix, Année 1996, Volume 9, Numéro 35. p. 131 - 148 Disponível em: <http://www.persee.fr>. Acesso em agosto de 2012.

NEVEU, Érick. **Sociologia do Jornalismo**. São Paulo: Edições Loyola, 2006.

O JORNALISMO PORTUGUÊS E AS ELITES – A Subserviência dos Jornalistas. in: <https://enclavept.wordpress.com/2014/11/07/o-jornalismo-portugues-e-as-elites-asesubserviencia-dosjornalistas> Acesso em: 22/03/2018

PETRARCA, Fernanda Rios. **O Jornalismo como Profissão: recursos sociais, titulação acadêmica e inserção profissional dos jornalistas no Rio Grande do Sul.** Tese (Doutorado em Sociologia) - Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2007. Disponível em: <http://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/10761> Acesso em: 18/03/2018.

_____. Carreira Militante, Inserção Profissional e Exercício do Jornalismo no Rio Grande do Sul. In: Política & Sociedade, Nº 13 - outubro de 2008.

RIEFFEL, R. **L'élites des journalistes.** Paris, Presses Universitaires de France, 1984.

RUELLAN, Dennis. **Corte e costura do jornalismo.** In: LÍBERO - Ano IX - nº 18 - Dez 2006. P.: 31-40. Disponível em: <http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/libero/article/viewArticle/4619>. Acesso em: 02/04/2018

SERRANO, Estrela. **Jornalismo e elites do poder.** Lisboa, 1999. Disponível em: www.bocc.ubi.pt/pag/serrano-estrela-jornalismo-elites-poder.pdf Acesso em 24/03/2018.

WEBER, Max. **Ciência e Política: duas vocações.** São Paulo: Cultrix, 1968.

CAPÍTULO 16

EXPANDINDO A LENDA: NARRATIVAS INTERMIDIÁTICAS E INTERAÇÃO VIDEOGAME/CINEMA EM “A BRUXA DE BLAIR”

João Gabriel Xavier Marques, Mestre em Comunicação, UFJF,

RESUMO

Apresenta-se no artigo, uma reflexão sobre as formas de se expandir o universo ficcional de um produto específico, no caso “A Bruxa de Blair”. Serão exploradas as formas de intermedialidade que a franquia oferece, principalmente as faces reveladas por um jogo de videogame baseado na lenda mostrada no longa-metragem. Para tal, serão apresentados conceitos de diferentes autores, além de um breve histórico da relação videogame/cinema

PALAVRAS-CHAVE: Cinema, Videogame, Intermidialidade, Arte, Blair


INTRODUÇÃO

“A Bruxa de Blair” (original “*The Blair Witch Project*”) é um filme americano de 1999. O longa, dirigido e editado por Daniel Myrick e Eduardo Sánchez, é diferenciado por seu estilo de exibição, que mostra todos os eventos da produção pelas lentes de uma câmera que é carregada pelos protagonistas.

O filme relata a história de três estudantes (Heather Donahue, Michael C. Williams e Joshua Leonard, vividos por atores de mesmo nome) que desapareceram nas montanhas perto da cidade de Burkittsville em outubro de 1994, enquanto filmavam um documentário sobre uma lenda local, “A bruxa de Blair”. É falado ao espectador que os três nunca mais foram vistos, apesar de seu equipamento de audiovisual ter sido encontrado um ano depois, com o conteúdo gravado ainda intacto. Os eventos mostrados durante a exibição fazem parte de tal conteúdo.

Os autores desenvolveram o projeto durante o ano de 1994, 68 páginas de script foram escritas, com a sugestão de que os diálogos fossem improvisados. Três anos depois, o processo de gravação do longa começou. Durante oito dias, cenas foram filmadas em um Parque Estadual de Maryland, onde se localiza a cidade de Burkittsville. Lá, também foram feitas algumas gravações e entrevistas.

Um dos diferenciais da produção foi o método de gravação. Os atores foram instruídos em como operar câmeras e nunca sabiam o que ia acontecer, com a produção dando poucas



instruções, de maneira individual a cada um e dicas de onde eles deveriam ir a seguir. A equipe ficava observando a ação, sem ser vista pelos artistas, fortalecendo o aspecto de improvisado.

Quase 19 horas de filmagem bruta foi feita e editada para os 90 minutos do produto final. O filme foi recebido positivamente em todo o mundo, rendendo mais de 248 milhões de dólares, sendo assim, considerado um dos filmes independentes mais bem-sucedidos de todos os tempos.

Os criadores se inspiraram em diversas referências para criar o misticismo e mitologia do filme. Nomes de figuras ligadas à bruxa no filme foram inspirados em figuras místicas da história real.

O lançamento do filme contou com diversos materiais e estratégias de divulgação, além de ter gerado mídias complementares, inspiradas na franquia. Uma trilogia de jogos de videogame, cujo primeiro episódio será abordado nesse artigo foi lançada nos anos seguintes ao longa original.


O trabalho em questão busca analisar parte da intermedialidade envolvida no universo ficcional de “A Bruxa de Blair”, utilizando, principalmente, um dos jogos baseados nele para ilustrar a convergência entre diferentes meios e linguagens. Para este fim, será discutida a aproximação das duas linguagens, apresentados exemplos e conceitos de diferentes autores.

A CRESCENTE CONVERGÊNCIA MIDIÁTICA

Nas últimas décadas, tem sido constatado cada vez mais a presença do videogame no cinema e vice-versa. Pode-se, de acordo com pesquisas realizadas através da história, verificar que existe uma tendência de convergência entre a sétima arte e videogame. Autores, como Lúcia Santaella (2005) e Henry Jenkins (2009), descreveram e analisaram as várias formas de convergência das mídias, além de discutirem sua influência nas artes. Muitas vezes, pela fusão dos objetos artísticos com as linguagens das mídias acima mencionadas (SANTAELLA, 2005 e JENKINS, 2009).

Assis (2006) em sua obra intitulada “Artes do Videogame” discorre sobre conceitos e técnicas aplicados aos jogos, tais como gênero, narração e realismo.

“... uma história é ‘o que acontece’, enquanto narração é ‘a sequência de eventos que exhibe o que acontece’. A mesma história pode, assim, ser a base para muitas narrações diferentes que transformam o mesmo conteúdo em um documentário linear, em um filme de suspense ou em um videogame.”(ASSIS, 2006, p.27)



Santaella (2001), em sua obra, “Matrizes da Linguagem e Pensamento - Sonora, Visual, Verbal”, detalha a existência de três categorias de matrizes: sonoras, visuais e verbais que compõem as diferentes as linguagens ao se combinarem em diferentes modos. O que, antes da combinação de duas linguagens propriamente estabelecidas (videogames e filmes), nos mostra que elas próprias são criadas a partir da fusão de duas outras linguagens, aliadas a meios diferentes.


“Costuma-se chamar o cinema, vídeo e mesmo a TV de audiovisuais. De fato, são áudio, no som em geral, música ruído e na fala dos diálogos. São também visuais, nas imagens. Entretanto, é necessário repetir que cinema, vídeo e TV têm também caráter discursivo, verbal, na medida em que são necessariamente narrativos ou descritivos. Isso quer dizer que, subjacente ao que costuma ser chamado de audiovisual, há uma camada de discursividade que sustenta o argumento daquilo que aparece em forma de som e imagem” (SANTAELLA, 2001, p.387)

Em “A cultura da Convergência” Jenkins (2009) propõe um conceito para definir as transformações tecnológicas, mercadológicas, culturais e sociais percebidas no cenário contemporâneo dos meios de comunicação, a era da convergência midiática.

“Para viver uma experiência plena num universo ficcional, os consumidores devem assumir o papel de caçadores e coletores, perseguindo pedaços da história pelos diferentes canais, comparando suas observações com a de outros fãs, em grupos de discussão on-line, e colaborando para assegurar que todos os que investiram tempo e energia tenham uma experiência de entretenimento mais rica” (JENKINS, 2009, p.)

A convergência midiática, cada vez mais presente no mundo atual, graças aos avanços na tecnologia, comunicação e recursos de portabilidade, obviamente não se restringe apenas a videogame e cinema, tampouco ao máximo de duas linguagens interagindo. Na verdade, é uma tendência popular entre as empresas de entretenimento e idealizadores de franquias liberar produtos que complementem uns aos outros espalhados por diferentes mídia. Jenkins (2009) discute, por exemplo, a franquia de “Matrix”, criada por Andy e Larry Wachovisky em 1999. Além da trilogia de longa metragens, foram lançados jogos, animações, gibis e livros, que não reproduzem a estória do filme, mas a expandem, apresentando elementos inéditos que se ligam àqueles já existentes. O contato com essa narrativa expandida permite ao fã um contato mais rico ao universo da obra ficcional, além de representar ganho comercial para o autor e crescimento de seu trabalho.

Ao mesmo tempo, releituras de obras publicadas em diferentes mídias ganham novas interpretações ao serem recriadas em novos meios. Quando Lewis Carroll publicou “Alice no país das maravilhas” e “Através do espelho”(em 1865 e 1872, respectivamente), ainda não havia cinema. Por sua vez, quando Walt Disney adaptou o então já clássico para o cinema, em 1951, não havia videogames. Posteriormente, a personagem fez sua estréia no universo do videogame em 2000 com o jogo “American McGee’s Alice”. Essa sequência de eventos e




adaptações levou a uma situação única, que só existiu graças a reinvenção da estória em diferentes mídias: no ano de 2007, a personagem do game, uma Alice mais madura e sinistra, volta ao cinema, pelas mãos de Marcus Nipel. Entre Lewis Carroll, Disney e American McGee, houve um movimento de tradução de um conteúdo básico para diferentes mídias. Caso abordado por Assis em “Artes do Videogame”.

Em “Hamlet no Holodeck - O futuro da narrativa no ciberespaço” (2003), Janet H. Murray discorre sobre a narrativa sendo incorporada em novas mídias tecnológicas, observando que com suas semelhanças e diferenças. “A invenção de um novo meio de expressão significa um aumento em nossa habilidade de criar histórias. Significa uma dimensão a mais para expressar a experiência multidimensional da vida.” Como Jenkins, utilizando-se do exemplo da franquia “Matrix” em “Cultura da Convergência”, a autora ressalta a expansão do universo ficcional de uma obra quando ela é traduzida em um ambiente que permite a interação do espectador.

“Uma história multiforme é aquela na qual múltiplas versões podem ser geradas a partir da mesma representação fundamental, como num jogo que pode ser repetidos de modos diversos, ou um sistema narrativo como *The Sims*, que pode oferecer muitas versões de colegas de quarto desleixados dividindo moradia com companheiros bem organizados, sendo que cada uma delas terá suas próprias peculiaridades de eventos e caracteres. Histórias multiformes podem ajudar-nos a perceber causas complexas de acontecimentos complexos, assim como a imaginar diferentes desfechos para uma mesma situação” (MURRAY, 2003, p.4)

Conforme a autora continua suas argumentações é feita a observação de que a interação nem sempre pode ser realizada com facilidade ou sem prejudicar a experiência que a obra poderia gerar. Oferece-se uma menção aos trabalhos do psicólogo infantil D.W. Winniscott. Seus estudos sugerem que tanto adultos como crianças focalizam suas emoções e projetam seus sentimentos em histórias, que possuem um universo separado e distinto do nosso, com seus próprios objetos e lugares. Estes, por mais que dividam aparência e nome com os da nossa realidade, precisam ser diferenciados e se manter em seu próprio lugar. Essa ideia entra em conformidade com as desenvolvidas por Suzanne Langer, em seu estudo da estética “Feeling and Form”, no qual a pesquisadora explora o limiar entre nosso universo e os das obras são naturalmente frageis, na medida de que todas as formas de arte devam desenvolver convenções para sustentar tal limiar. Uma das mais importantes sendo a proibição da participação do espectador. Ela exemplifica com uma experiência pessoal por qual passou ainda criança, assistindo a uma encenação de “Peter Pan” de James Barrie:

“Era a primeira vez que eu ia ao teatro, e a ilusão era absoluta e avassaladora como algo sobrenatural. No clímax da ação (Sininho tinha tomado a bebida envenenada de Peter, para evitar que ele o fizesse, e estava morrendo), Peter voltou-se para a platéia e pediu que ela atestasse a sua crença em fadas. Imediatamente a ilusão se desfez;




havia centenas de crianças sentadas em filas, aplaudindo e até gritando, enquanto [a atriz], vestida como Peter Pan, falava conosco como uma professora nos dirigindo numa peça da qual ela mesma detinha o papel principal. Eu não entendi, é claro, o que tinha acontecido; mas uma tristeza aguda apagou o resto da cena, e ela não foi totalmente dissipada até que as cortinas se abrissem diante de um novo cenário” (LANGER apud MURRAY, 2003, p.105)

Na interpretação de Murray, Langer atribuiu sua aflição ao fato de a arte depender do estabelecimento de uma distância. No caso da experiência com a peça teatral em questão, ela acredita que o diretor cometeu um erro ao quebrar a convenção da "quarta parede", no momento em que os atores se dirigiram ao público. O convite do dramaturgo para que o público entrasse no círculo encantado criado pelo palco foi, para Langer, uma chocante e definitiva violação do acordo entre autor e platéia. "Buscar a ilusão, a crença e a 'participação da plateia' no teatro é negar o drama como arte" (p.319).

Logo surgiram alternativas para a imersão do público. Murray prossegue oferecendo reflexões de como a busca do espectador pelo filme interativo começa na identificação com a experiência do universo fictício ali apresentado, bem como seus personagens e histórias e dramas mais pessoais. A pesquisadora argumenta que a identificação começa no próprio processo de animação das fotos estereoscópicas originais em preto-e-branco, do movimento criado pelos múltiplos planos colocados em sequência. É sugerido que a projeção tridimensional que o cinema é capaz de agir como um agente que consegue “ressuscitar os mortos”, partindo do raciocínio que o movimento conferido às imagens funciona como o surgimento da vida e, por consequência, da identificação.

“A alegria de um dia especial nas praias de ConeyIsland torna-se palpável no modo como um casal de namorados inclina-se, um em direção ao outro, e no peso do braço que uma menina passa ao redor dos ombros da amiga, enquanto ambas riem e curtem o feriado. A impressão de ressurreição é ainda mais intensa em uma foto de três trabalhadores, cavando um túnel de metro. Entramos pelo túnel profundo e sentimos o confinamento abalado e claustrofóbico. Olhamos a postura deles e vivenciamos o trabalho exaustivo que realizam. Essas imagens estereoscópicas adicionadas ao filme não são usadas para distanciar o público da realidade ou para apresentar ‘astros’ gigantescos e desumanizados, mas para aproximar-nos dessa gente simples e trabalhadora, cujas experiências constroem a história real, mas oculta de uma cidade grande. A tecnologia não os torna maiores do que a vida, apenas faz com que sejam mais evidentes para nós” (MURRAY, 2003, p.57)

Uma das primeiras formas de oferecer interação ao espectador, com o benefício adicional de promover lucro comercial a seus criadores, concretizou-se plenamente nas atrações de parques temáticos, baseadas em partes de filmes que são capazes de serem emuladas por máquinas e equipamentos sofisticados, dando oportunidade ao público de “passear pelos filmes”, vivendo momentos de seus personagens favoritos como se fossem suas próprias experiências. A primeira atração do gênero foi “Star Tours”, um passeio com



quatro minutos de duração desenvolvido no início da década de 1980, por duas grandes empresas do marketing cruzado: a Walt Disney Company e a Lucasfilm. A lógica mercadológica por trás de tais investimentos envolvia milhares de dólares investidos para simular ambientes convincentes aos fãs com emoções reais, como o DeLorean de “De Volta para o Futuro” chegando a 88 milhas por hora e viajando no tempo, o tapete mágico de “Aladdin” passeando pelo mundo ou mesmo encarnando o policial ciborgue de “Robocop”, perseguindo criminosos nas ruas de Detroit com sua motocicleta. Obviamente, lucro para os criadores era o objetivo maior na construção dessas atrações. Contudo, tal empreitada merece destaque como um marco histórico, que permitiu, pela primeira vez, um diferencial físico na experiência de interação com a ficção. Isso também trouxe uma nova expectativa do público que não se satisfaria apenas com fortes emoções em tal passeio.


"Uma vez que as pessoas 'entram' no filme, elas querem mais do que uma volta na montanha russa; querem uma história. Para atender as expectativas da platéia por ação dramática, os desenvolvedores recentemente expandiram a duração dos passeios e adicionaram a eles mais personagens e incidentes. Numa atitude mais ambiciosa, eles estão oferecendo ao público maior liberdade para dirigir o passeio e mais oportunidade para influenciar a história que se desenvolve. O modelo no qual o espectador é arrastado por uma sequência de ação emocionante está mudando para o de um 'convidado' visitando um lugar encantador" (MURRAY, 2003, p. 61)

Desse modo, nota-se que a interação inicial do público foi mais direcionada ao papel de observador, enquanto as mais recentes foram alteradas de forma que ele fosse incluído como um "convidado", quase um personagem da trama, quebrando completamente a "quarta parede". O maior controle da interação com a obra, que o espectador obteve com o passar do tempo, é capaz de remeter a uma transição de elementos do cinema para elementos do video game, de observação da trama para controle da trama.

O CINEMA NO VIDEOGAME E O VIDEOGAME NO CINEMA

O primeiro registro de um tipo de videogame surgiu em 1947, com o experimento de Thomas T. Goldsmith Jr. e Estle Ray Mann com um tubo de raios catódicos que serviu como plataforma para um simulador de mísseis, inspirado por telas de radares da Segunda Guerra Mundial. Na época, essa forma emergente de mídia carecia de qualquer tipo de narrativa ou contexto, focando-se no seu diferencial: a interatividade com o usuário. Não diferente da própria sétima arte, novas formas de representação de jogos foram aparecendo conforme o tempo ia passando, sua popularidade aumentando e desenvolvedores surgindo.

Com o desenvolvimento e a sofisticação da tecnológica, começou a ser possível adaptar lentamente características narrativas dos filmes para o videogame. Protagonistas, antagonistas e estórias simples eram adicionados em games como “Donkey Kong” (1981),




enquanto, mais tarde, cenas que contavam o enredo do game entre um estágio e outro passaram a existir, primeiramente com “Ninja Gaiden” (1988). Em 1995, o jogo “Johnny Mnemonic”, lançado em conjunto ao filme de mesmo nome, proporcionava ao jogador uma experiência em cinema interativo: o jogador podia, a todo instante, clicar no ambiente e mudar a direção da narração. Mesmo com o fracasso do game, já que a limitada capacidade das mídias fazia com que as seqüências de vídeo não fossem suficientemente variadas para dar a impressão de que o usuário estava de fato conduzindo a narração, a iniciativa abria novas portas para a assimilação de recursos cinematográficos aos videogames, também demonstrando a capacidade de criação de jogos eletrônicos baseados em enredos cinematográficos, algo que vinha se tornando tendência desde os anos 80.

Em contrapartida, com a crescente popularidade das franquias de videogame, o cinema entretenimento começou a buscar no mundo dos jogos, inspirações para roteiros. Em 1993 chegava às telas “Super Mario Bros” a primeira adaptação de um enredo de videogame para o cinema, utilizando inclusive o slogan “Thisain’t no game” (isso não é um jogo). O fracasso do longa é frequentemente atribuído à inabilidade dos recursos tecnológicos da época em reproduzir o universo do game, o que seria o maior problema enfrentado pelas primeiras adaptações de jogos no cinema. Apesar disso, filmes como “Lara Croft: TombRaider” tornaram-se grandes sucessos. Inspirado no videogame “TombRaider” (1996), o filme estreou no cinema em 2001, o diretor Simon West conseguindo imortalizar a atriz Angelina Jolie no papel da heroína Lara Croft.

Além das adaptações de enredo, o cinema também passou a utilizar, de forma convergente, a dinâmica do videogame nos filmes. Em “Cube” (1997), o diretor Vincenzo Natali criou um ambiente que remetia aos jogos de “puzzle”, situando os personagens do longa em diferentes “estágios”, cada qual com suas respectivas armadilhas e características, apesar de terem formatos e dimensões semelhantes. Já “Detona Ralph” (2012), é uma animação ambientada no universo dos videogames, usando de características dos jogos para criar enredo e piadas. O longa, produzido pelos estúdios Disney, é considerado estar para o videogame assim como “Uma Cilada para Roger Rabbit” (1988) está para os desenhos animados.

Murray (2003) afirma que na mesma medida que formatos lineares de narrativa, como romances, peças de teatro e histórias de ficção tem se tornado mais multiformes e participativos, os ambientes eletrônicos também passaram a desenvolver seus próprios formatos narrativos. Inicialmente, a implementação da narrativa era feita de forma




rudimentar, com o enredo servindo prioritariamente como complemento à jogabilidade do game. O que, segundo a autora, gerava problemas em criar adaptações cinematográficas convincentes com tal trama, onde o universo teria que se modificar imensamente para que fosse retirado o elemento “jogador” da nova mídia inserida. Em contra-partida, o video-game não conseguia manter a consistência de um enredo complexo, logo, as primeiras apostas em melhorar a aproximação do jogador com a história do jogo envolviam investimento na identificação com os personagens e experiências dramáticas proporcionadas por eles. No já antigo, mas carinhosamente lembrado, jogo de aventuras baseado em texto chamado ‘Planetfall’, o protagonista é um modesto tripulante de uma nave que é destruída em uma explosão. Pousando em um misterioso planeta deserto, é possível encontrar um robô inoperante, Floyd. Uma vez descobrindo como fazer com que a máquina funcione de novo, você não está mais sozinho. Ele está sempre do seu lado, tagarelando afetuosamente. Em uma parte seguinte do jogo, o jogador encontra a entrada de um laboratório de radiação que contém um equipamento crucial. Dentro da sala estão mutantes perigosos que emitem um som terrível. Enquanto você fica do lado de fora, Floyd se oferece para entrar com uma lealdade típica de crianças. Depois de cumprir a missão, Floyd reaparece ‘sangrando’ óleo e morre em seus braços. Neste momento, o jogo adquire as características de uma verdadeira experiência dramática. A fuga do planeta prossegue mas, sem a companhia do robô, o jogador se sente sozinho e desolado.

“A morte de Floyd é um marco menor no caminho dos jogos do tipo quebra-cabeça rumo a uma expressiva arte narrativa. Ela demonstra que o potencial para criar histórias cativantes no computador não provém de animações de alta tecnologia ou de caras produções em vídeo, mas da concepção de momentos dramáticos como esse.” (MURRAY, 2003, p. 63)

Deste ponto de partida, o avanço da tecnologia cuidou para que jogos proporcionassem experiência cada vez mais envolventes, utilizando sofisticados efeitos visuais e sonoros, mas sempre com tais experiências construídas ao redor de personagens ou fatos que estejam lá para se identificar com o jogador.

O FILME


O filme abre com um texto introdutório afirmando que em Outubro de 1994 três estudantes de cinema desapareceram na floresta perto de Burkittsville, Maryland, durante a gravação de um documentário. Um ano mais tarde, a sua filmagem foi encontrada em meio a uma aula de antropologia da mesma universidade que os produtores do filme durante um estudo no campo. O material foi então entregue à polícia como prova, que, acreditando que aquilo não passava de uma piada, liberou ao público.



No primeiro dia de documentário os estudantes de cinema conduziam entrevistas sobre a lenda da Bruxa de Blair. Os moradores da cidade mencionaram Rustin Parr, um ermitão que seqüestrou sete crianças na década de 1940 e trouxe-os para sua casa na floresta, onde torturados e assassinados eles. Parr trouxe as crianças ao porão de sua casa em pares, forçando uma delas a encarar o canto e ouvir os gritos enquanto assassinava a outra. Eventualmente, ao se entregar à polícia, Parr alegou insanidade, dizendo que o espírito de Elly Kedward, uma bruxa enforcada no século 18, vinha aterrorizando-o durante algum tempo e prometeu deixá-lo sozinho, se ele matasse as crianças. Ele foi enforcado depois de ser interrogado pela polícia e repórteres.

No segundo dia, os estudantes começam a explorar a floresta no norte Burkittsville para procurar evidências para provar que a Bruxa de Blair existe. Ao longo do caminho, dois pescadores avisá-los que as madeiras são assombrada e lembram que, em 1888, uma jovem chamada Robin Weaver desapareceu, e quando ela voltou três dias depois, ela falou sobre "uma mulher velha, cujos pés nunca tocaram o chão. Os alunos caminharam para Coffin Rock, onde cinco homens foram encontrados assassinados em um ritual no século 19, e depois montam acampamento para a noite. No dia seguinte, eles se movem mais profundamente dentro da floresta, apesar de sua localização exata no mapa ser incerta. Eles finalmente encontram o que parece ser um antigo cemitério com sete pequenos montes de pedras. Montaram acampamento nas proximidades e, em seguida, retornar para o cemitério depois de escurecer. Josh perturba acidentalmente um monte de pedras e Heather apressadamente deixa tudo como estava antes. Mais tarde, eles ouvem sons na escuridão que parecem estar vindo de todas as direções, mas eles assumem que os ruídos são de animais ou moradores.

No terceiro dia, eles tentam retornar ao seu veículo, mas não conseguem encontrar o seu caminho. Eles tentam até o anoitecer, quando eles são forçados a montar acampamento novamente. Naquela noite, eles voltaram a ouvir barulhos, mas não conseguem enxergar nada. Na manhã seguinte (a quarta), eles descobrem três estruturas que foram construídas em torno de sua tenda durante a noite. Heather percebe que seu mapa está faltando e Mike mais tarde revela que ele chutou-o em um riacho da frustração do dia anterior. Josh e Heather atacam Mike em um acesso de raiva intensa. Eles percebem que estão agora irremediavelmente perdidos e decide simplesmente "seguir o sul". Eles descobrem figuras humanóides suspensas nas árvores. Naquela noite, eles ouvem ruídos ainda mais estranhos, incluindo sons de



crianças. Quando uma força desconhecida sacode a tenda, os jovens fogem em pânico e se escondem na floresta até o amanhecer.

Começa o quinto dia. Ao retornar à sua tenda eles acham que seus bens foram vasculhados e os equipamentos de Josh aparecem cobertos com lama, fazendo com que eles questionem por que somente os seus pertences foram afetados. À medida que o dia passa eles passam um registro sobre um córrego que era idêntico a outro visto mais cedo, apesar deles ter viajado diretamente para o sul durante todo o dia.


No sexto dia, Josh desaparece. Depois de tentar encontrá-lo, eles eventualmente decidem seguir em frente. Naquela noite, eles ouvem Josh gritando na escuridão, mas não são capazes de encontrá-lo.

Ao raiar do sétimo dia, Heather encontra um feixe de varas e de tecido fora de sua tenda. Uma inspeção mais detalhada revela que ele contém pedaços sangrentos de camisa de Josh, além de dentes e cabelo, mas ela não fala isso para Mike.

Naquela noite, Heather se filma, pedindo desculpas com os co-produtores de seu projeto, bem como suas famílias e começa a chorar. Mais tarde, eles voltaram a ouvir os gritos agonizantes de Josh por ajuda, mas desta vez eles conseguem segui-los e descobrem uma casa abandonada, abandonada na floresta. Mike corre ao andar de cima, seguindo o que soa como a voz de Josh, enquanto Heather tenta seguir. Mike então afirma ter ouvido Josh no porão. Ele desce as escadas e depois do que parece ser uma luta rápida fica em silêncio e deixa a câmera. Heather grita para Mike, mas não obtém resposta. Ela entra no porão gritando de medo, enquanto a câmera pega um vislumbre de Mike frente para o canto, assim como as vítimas de Parr. Heather então solta um grito final como ela e a câmera cai no chão. O filme termina em silêncio e estática.

O JOGO

A trilogia de jogos baseados em “A Bruxa de Blair” não se propõe a fazer releitura de nenhum aspecto do filme, diferente da maioria dos jogos inspirados em longa-metragens. Ao invés disso, cada um deles foca em expandir algum aspecto da narrativa da produção original, bem no módulo de outros materiais da franquia, com a única referência à produção cinematográfica sendo a própria lenda da bruxa. Cada um dos três exemplares se foca em um aspecto mencionado brevemente no filme. A narrativa do primeiro aborda RustinParr, o segundo a locação de Coffin Rock e o terceiro fala sobre Elly Kedward.



A narrativa do game conta a história do personagem RustinParr, um homem que vivia nas montanhas perto de Burkittsville. O homem era descrito como amigável e reservado pelas pessoas da cidade. Um eremita, ele visitava a cidade somente para comprar suprimentos, preferindo sua vida no campo.

No início dos anos 1940, no entanto, a história conta que Rustin começou a ver aparições de uma mulher que, passou a atormentá-lo, fazendo com que pouco a pouco sua sanidade se perdesse. Por fim, ela o obrigou a sequestrar sete crianças da cidade. Ele as levava para o porão em pares, forçando uma a ficar virada para um canto enquanto matava a outra (semelhante à maneira de como Mike estava no final do filme). Por razões desconhecidas, ele não matou apenas uma criança, chamada Kyle Brody. Depois disso, ele se entregou, falando que “tinha acabado o que tinha que fazer”. O crime chocou a cidade.

O jogo se inicia em 1941, com o jogador encarnando a cientista Elspeth “Doc” Holliday, que é mandada por uma organização secreta do governo, encarregada de investigar crimes paranormais para descobrir se algum tipo de entidade influenciou Parr a cometer os crimes.

O estilo do game se divide em segmentos de investigação, que envolvem entrevistar habitantes da cidade e analisar pistas. Sequências de ação acontecem em determinados momentos da narrativa, na floresta onde dizem viver a lendária bruxa e em pesadelos que a protagonista sofre durante os quatro dias em que acontece a trama do jogo. O universo da franquia é expandido de forma em que o verdadeiro antagonista se revela não como a bruxa, mas um demônio chamado Hecatomix. Durante o jogo, é explicado que a entidade tem ligação com diversos eventos que são mencionados no longa original e outras mídias que abordam o universo. Possuindo e controlando personagens chave como Elly Kedward e Kyle Brody, além de influenciar outros, como RustinParr.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Uma das marcas da franquia, sem dúvida é a sua intertextualidade. O filme é considerado apenas uma parte da história. No ano do lançamento, um documentário falso, além de um site, um dossiê falso com informações fabricadas sobre o incidente com os estudantes e o diário de Heather Donahue estavam entre os materiais lançados. Em seu ensaio “*Nothing That is Not There and The Nothing That is – Language and The Blair Witch Phenomenon*”, contido na obra “*Nothing That is - Millennial Cinema and the Blair Witch*

Controversies" (2004), James Keller argumenta que a experiência do filme só pode ser completa com o uso de toda a mídia destinada à franquia.

“O espectador consegue apreciar todas as partes da história que são colocadas em mistério no filme, como o significado de Coffin Rock, as crianças desaparecidas e até mesmo a cabana da bruxa. Geralmente quando se vai ao cinema, espera-se encontrar uma narrativa ficcional, mas nunca se espera que a ficção que se expanda para o contexto cultural do filme. Assim, “A Bruxa de Blair” não começa nem termina na sala de cinema, o filme é parte de uma narrativa maior”. (KELLER, 2004, p.73)

A narrativa intermídia da franquia analisada demonstra o potencial de expansão de um produto ao contar com diferentes experiências em mídias diferentes. O caso específico investe na interação do espectador, não somente nos jogos que revelam novas faces do universo, mas na busca envolvida em investigar detalhes em diferentes meios.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ASSIS, Jesus de Paula. **Artes do videogame: conceitos e técnicas**. São Paulo: Alameda, 2006.

BERGAN, Ronald. **...Isms para entender o Cinema**. Rio de Janeiro: Globo, 2010.

SANTAELLA, Lúcia. **Culturas e artes do pós-humano**. Da cultura das mídias à cibercultura. São Paulo: Paulus, 2005.

SANTAELLA, Lúcia. **Matrizes da Linguagem e Pensamento - Sonora, Visual, Verbal**. São Paulo: Iluminuras, 2001.

MURRAY, Janet H. **Hamlet no Holodeck: o futuro da narrativa no ciberespaço**. São Paulo: UNESP, 2003

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph, 2009

KELLER, JAMES. **Nothing That is Not There and The Nothing That is - Language and The Blair Witch Phenomenon**. Detroit: Wayne State University Press, 2004

CAPÍTULO 17

SMARTPHONES: USO E REPRESENTAÇÃO SOCIAL EM CRIANÇAS DE 10 A 12 ANOS DA REGIÃO METROPOLITANA DO RECIFE

Anthony José da Cunha Carneiro Lins, Doutor em Biotecnologia, Unicap

João Guilherme de Melo Peixoto, Doutor em Comunicação Social, Unicap

Nathália da Franca Cavalcanti, Mestranda em Indústrias Criativas, Unicap

Plutarco de Souza Almeida, Mestrando em Indústrias Criativas, Unicap

RESUMO

O presente artigo avalia os hábitos atuais da infância com relação ao uso das mídias digitais, sobretudo das redes sociais, a partir da análise dos resultados de uma pesquisa quantitativa realizada com um grupo de cinquenta e quatro mães e pais de crianças, com idades variando entre 10 e 12 anos. Como principais resultados, foi verificado que apesar do uso constante e muitas vezes abusivo do dispositivo tecnológico, mais de 90% das crianças da nossa amostra ainda preferiria, caso tivesse opção, ocupar o seu tempo livre com atividades motoras em companhia dos amigos. Além disso, a análise demonstra que um dos principais desafios neste momento é o de encontrar um ponto de equilíbrio entre a vida dentro e fora das redes, além de uma participação mais ativa dos pais na vida de seus filhos.

PALAVRAS-CHAVE: infância; smartphone; mídias digitais; sociedade, consumo digital.

INTRODUÇÃO

Em primeiro lugar, faz-se necessário esclarecer o que entendemos por “infância”, uma vez que este conceito, ao longo da história, recebeu diversas formulações, e até hoje é objeto de intensos debates. David Buckingham (2007) afirma que “a criança não é uma categoria natural ou universal, determinada simplesmente pela biologia” (BUCKINGHAM, 2007, p.19). Ao contrário do que em geral se imagina, não é a idade biológica que define o ser criança. Para o autor, “a ideia de que a infância é uma construção social é hoje um lugar-comum na história e na sociologia da infância e está cada vez mais aceita” (BUCKINGHAM, 2007, p.20, grifo nosso). Assim, enquanto algo socialmente construído, a infância é produto de múltiplas e complexas relações que ocorrem nos âmbitos familiares, políticos, sociais e midiáticos.

A escola, por exemplo, é uma instituição social que efetivamente constrói e define o que significa ser uma criança. A separação das crianças pela idade biológica e não pela “habilidade”, a natureza altamente regulamentada das relações entre professor e aluno, a organização dos currículos e do horário das atividades cotidianas, o processo de avaliação, todos servem de diferentes maneiras para reforçar e

naturalizar pressupostos particulares sobre o que as crianças são e devem ser. (BUCKINGHAM, 2007, p.20).

Feitos esses esclarecimentos conceituais, passaremos a investigar algumas das principais mudanças ocorridas na era digital, ou seja, de que maneira a noção de infância enquanto construção social tem sido impactada pelas novas tecnologias, de modo especial pelas redes sociais. Tendo como base uma revisão bibliográfica, a qual, evidentemente, não tem a pretensão de ser exaustiva, destacaremos as posições teóricas de alguns estudiosos do assunto na atualidade.

Num segundo momento passaremos a analisar os resultados da pesquisa qualitativa online (formulário Google), realizada ao longo do mês de junho de 2019, com cinquenta e quatro pais de crianças na Cidade do Recife. A pesquisa teve como objetivo coletar dados gerais de consumo das novas tecnologias, sobretudo das redes sociais, por parte das crianças para podermos assim analisar o seu comportamento na era digital.

Uma vez colocados os dados que essa pesquisa qualitativa levantou, concluiremos o artigo elencando resumidamente algumas questões que segundo o nosso parecer deveriam estar sobre a mesa de discussão nos dias de hoje. Assim, esperamos colaborar de alguma forma com a discussão sobre este tema extremamente importante, sobretudo porque estamos tratando dos aspectos formativos das novas gerações. Estamos, é claro, cientes de que o assunto, por sua própria novidade e ainda mais por sua alta complexidade, ainda carece de estudos mais aprofundados por parte de profissionais que de uma forma ou de outra têm interesse neste tema.

O CONCEITO DE “INFÂNCIA”

Segundo Buckingham (2007), na segunda metade do século XIX a formulação do conceito “infância” baseava-se em dois tipos de discursos: aqueles produzidos por adultos para o consumo de outros adultos, ou seja, as teorias e práticas científicas da psicologia, fisiologia e medicina, por exemplo, e os discursos dos adultos dirigidos às crianças, cujos exemplos maiores são a literatura infantil e os programas infantis veiculados pela grande mídia. De qualquer modo, o autor defende que modernamente o conceito de infância é estabelecido pela via negativa, ou seja, por exclusão: “elas são definidas principalmente em termos do que *não* são e do que *não* conseguem fazer” (BUCKINGHAM, 2007, p.29, itálico do autor).

De modo geral, é negado às crianças o direito de autodeterminação: elas precisam contar com os adultos para representar seus interesses e argumentar em seu nome. A

“infância” da forma como é predominantemente concebida, atua nesse sentido como supressora de poderes (BUCKINGHAM, 2007, p.29).


Por sua vez, Viviane de Bona (2016) compreende a infância na mesma linha conceitual de Buckingham (2007), ou seja, não em termos apenas de traços ou características de origem físico-biológica, mas enquanto uma “construção social”. A autora afirma que, “Muito além do fator biológico que aponta para características anatômicas e fisiológicas específicas das crianças, cada contexto cultural é capaz de criar uma maneira particular de concebê-la” (DE BONA, 2016, p.101). Apesar de neste aspecto concordar com Buckingham, a autora é bastante otimista com relação a posição da infância na sociedade pois entende que “ela deixou de ser uma figura secundária, saiu da obscuridade e tem adquirido, em especial nos dias atuais, cada vez mais visibilidade social” (DE BONA, 2016, p.100).

Buckingham (2007) destaca também o fato de que historicamente foi a psicologia a disciplina acadêmica que cuidou de estudar a infância, ou seja, o prisma através do qual a criança sempre foi vista não foi o prisma social, mas sim os dados de sua personalidade individual ou de sua psique. O entendimento, então, nos levaria a crer que a infância é tão somente um estágio provisório em direção à maturidade do adulto. Visto dessa maneira, ser criança é um caminho ou um processo de tornar-se adulto e, portanto, “aqueles que não atingem esse estado são avaliados em termos de patologias individuais, casos merecedores de tratamento” (BUCKINGHAM, 2007, p. 30).

Pelo fato de ainda não ser um “adulto”, a infância é uma espécie de fase pré-social ou um tempo de preparação para a vida adulta e por isso mesmo a criança também deve ser protegida. É como se existisse um universo paralelo não acessível ao universo “adulto”. Para Buckingham (2007), na verdade, “trata-se de áreas que, de diferentes maneiras, são predominantemente definidas em termos de exclusão, ou seja, como áreas da vida “adulta” às quais a criança não deveria ter acesso” (BUCKINGHAM, 2007, p. 33, aspas do autor). Aqui se inclui em primeiro lugar a área da moral, especialmente os temas ligados a sexo e violência. Depois, as relações com a esfera pública, o comércio e também a política. Consequentemente, segundo o nosso autor, [...] “a construção dominante das crianças como indivíduos pré-sociais impede de fato qualquer consideração que as tome como seres sociais ou mesmo como cidadãos” (BUCKINGHAM, 2007, p. 32).

INFÂNCIA E NOVAS TECNOLOGIAS

Para que possamos compreender a influência das tecnologias digitais na vida das crianças devemos contemplá-las num contexto mais abrangente, que considere as mudanças



do status social, o surgimento de novas estruturas familiares e as diferentes formas em que a infância vem se definindo ao longo do seu percurso histórico. De fato, as novas tecnologias e seus impactos sobre o cotidiano da infância tem sido objeto de discussão por parte de diversos estudiosos. Duas grandes correntes de pensamento se apresentam no cenário deste debate. A primeira reúne autores que a exemplo de Neil Postman (1999) possuem uma visão negativa e atribuem às mídias eletrônicas “um singular poder de explorar a vulnerabilidade das crianças, de abalar sua individualidade e destruir sua inocência” (POSTMAN, 1999, p.67). Para Postman, as novas tecnologias modificaram as relações dos adultos com as crianças. Falando especificamente sobre a televisão, o autor conclui que o poder e controle dos adultos tornaram-se impossíveis de acontecer. Em última análise, ainda no alvorecer do surgimento da era digital a televisão iniciou uma espécie de processo degenerativo da infância, roubando-lhe a inocência de antes.

Uma segunda corrente, porém, elabora uma construção positiva, pois enxerga a criança não como vítima passiva diante do avanço das tecnologias de informação e comunicação, mas como seres dotados de uma sabedoria natural. Para Buckingham, por exemplo, as crianças hoje são dotadas de uma forma poderosa de “alfabetização midiática” (2007). Ao se colocar nesta linha de pensamento o autor diz que os “defensores desta visão, longe de conclamar os adultos a reafirmarem sua autoridade sobre as crianças, sugerem que os adultos os “escutem” e tentem “alcançar o nível delas” (BUCKINGHAM, 2007, p.66). Segundo ele, portanto, o problema não estaria na infância cercada de tecnologias, mas sim nos adultos que ainda não chegaram a compreender os novos fenômenos midiáticos e as mudanças que eles provocam no mundo da criança. Diferentemente de autores como Postman (1999) que acusava a televisão de abalar a moralidade e a coerência social, Buckingham diz que as novas mídias têm qualidades fundamentais muito diferentes das que existiam nas gerações passadas. Para ele “as novas mídias são vistas como mais democráticas que autoritárias, mais diversificadas do que homogêneas, mais participativas do que passivas” (BUCKINGHAM, 2007, p.67). Novos tempos, nova infância.

Por outro lado, a era digital sustentada pelo grande capital também carrega em seu bojo um aumento expressivo da oferta de produtos e serviços, muitos dos quais difundidos através das redes sociais. É fácil constatar neste sentido o interesse da indústria em relação ao público consumidor infantil.

Buckingham afirma a esse respeito que:

A redução do tamanho das famílias, a frequência dos divórcios e das famílias monoparentais e o aumento geral da renda de consumo (embora desigualmente distribuída), combinados com a nova valorização simbólica da infância, têm dado mais voz às crianças nas decisões de compras domésticas. Como os publicitários já reconheceram, as crianças podem até não ter muita renda própria para gastar, mas seu “poder de importunar” exerce uma influência real nas decisões de compras da família (BUCKINGHAM, 2007, p.212).

O surgimento da sociedade pós-industrial traz consigo um novo regime político, transformando o consumidor em agente ativo de geração de valor, a partir da própria identidade. No lazer e no entretenimento, os novos hábitos de consumo, constroem e reconstroem a imagem e a identidade do indivíduo. Por isso mesmo, Viviane de Bona diz que “o avanço da tecnologia da informação contribui para a construção de novas concepções do “ser criança” (2016). A simples observação empírica dos ambientes frequentados por crianças conclui que os produtos da indústria de consumo, sobretudo os tecnológicos como os tablets e os smartphones, substituíram em boa parte aqueles brinquedos infantis tradicionais. Esse fato demonstra claramente a reconstrução mercadológica do consumidor, inclusive do consumidor infantil hoje cada vez mais valorizado em seu potencial de compra.

Na opinião da educadora Profa. Dra. Viviane Bona (2016), a discussão não está concluída, uma vez que estamos apenas iniciando o processo:


O debate está em aberto e muito ainda se tem a percorrer para entender os impactos da tecnologia nos modos de aprendizagem das crianças e na estruturação de suas próprias personalidades. Por esse motivo, há a importância de se analisar as diversas maneiras de compreensão da infância e suas relações com o desenvolvimento tecnológico na atualidade (DE BONA, 2016, p. 116).

METODOLOGIA

Neste artigo utilizamos como metodologia uma pesquisa de campo de caráter exploratório, realizada junto a cinquenta e quatro pais e mães de crianças, na faixa etária dos 10 aos 12 anos, matriculadas em escolas particulares da região metropolitana do Recife, acerca do uso cotidiano do smartphone por parte dos seus filhos. Para isso foi enviado um questionário online com 10 perguntas objetivas de múltiplas opções de respostas. As análises dos resultados dessa pesquisa, assim como os questionamentos que eles suscitaram, formam o conteúdo principal do nosso trabalho.

RESULTADOS

Os dados da pesquisa foram analisados de forma descritiva e constataram que 83,3% das crianças da nossa amostra possui smartphone e 73,3 fazem uso do mesmo como principal dispositivo de acesso à internet. Ao serem perguntados se controlam o tempo que os filhos



passam online 51,9% dos pais respondeu que sim, 16,7% disse não ter controle e 31,5% disseram conseguir controlar parcialmente a situação.


A pesquisa confirma a realidade da criança enquanto ser contemporâneo inserido na sociedade capitalista do século XXI, ou seja, consumidora de massa, e comprova que 83,3% das mesmas tem smartphone e acessa a internet mais de 5 dias na semana. Um fato curioso é que esse número é igual ao de pais que afirmaram ter controle sobre o tempo que seus filhos passam online. Tais dados suscitam uma lacuna nessa relação tempo online X tempo permitido, um pai que deixa seu filho acessar a internet uma hora por dia, durante 5 dias, concedeu-lhe 5 horas semanais, menos tempo do que o pai que permite 8 horas no final de semana (quatro por dia), ainda sobre esse aspecto podemos acrescentar os que concedem uso ilimitado nos fins de semana e feriados.

Quando perguntados o que fazem na maior parte do tempo que estão online as respostas foram bem equilibradas e lineares, não houve uma grande variação e nem predominância absoluta, 48,2% fazem uso de jogos e aplicativos e 38,9% assistem vídeos. A mesma linearidade e equilíbrio não foram visíveis quando abordados sobre a rede social que acessam com maior frequência. O YouTube, plataforma digital mais acessada do mundo, ganhou disparadamente como a rede social utilizada mais frequentemente pelas crianças com 63% da anuência dos pais entrevistados, ficando 40,8% na frente do Instagram, segundo colocado, com apenas 22,2% da adesão dos mesmos.

Um fato curioso e que chamou bastante atenção foi o Facebook, rede social que teve o seu auge em 2011 chegando a ser a mais popular e com maior número de cadastros de usuários dentre tantas outras existentes, não ter obtido nenhum voto. Isto confirma o atual fenômeno de migração dos usuários dessa plataforma para o Instagram, migração que encontra, segundo a nossa pesquisa, grande adesão por parte do público infantil.

Ainda analisando os números da pesquisa é possível observar alguns indícios relativos ao surgimento de um novo tipo de consumidor, mesmo em se tratando do público infantil. O renomado escritor norte-americano Alvin Toffler (1980) criou o termo *prosumer* para se referir ao consumidor que não apenas consome, mas também gera conteúdo. Com a proliferação da internet e o advento das redes sociais o termo tem sido altamente difundido e se tornado comum aos usuários das redes nos dias de hoje.

Por sua vez, Domingues (2010) definiu o *prosumer* como um sujeito que emerge de uma nova condição social, não mais passiva e somente receptora, mas ativa e produtora de



discursos e conteúdo. Nossos dados mostram um número de crianças “*prossumidoras*” (termo adaptado do inglês *prosumer*) ainda bastante acanhado 20,4% se compararmos aos 75,9% que informam ser consumidoras ativas dos diversos conteúdos disponíveis online.

A pesquisa revelou ainda que 75,9% dos pais tem total acesso a todo o conteúdo que os filhos acessam nas redes, 14,8% confessaram que não conseguem ter acesso a totalidade do conteúdo, mas tem de boa parte, apenas 9,3% afirmaram desconhecer o conteúdo que os filhos acessam na internet.

Sobre o que seus filhos fazem em seu tempo livre, a maioria dos pais, 37,3%, respondeu que eles passam navegando na internet seja para qual for a finalidade. Um número não muito menor, 33,4%, respondeu que os mesmos passam o tempo livre assistindo a filmes e séries, conteúdo esse que também é disponibilizado pela internet, dessa forma não seria errado concluir que tal modalidade também caracteriza um acesso à rede. Apenas 29,8% dos pais entrevistados afirmaram que seus filhos investem o seu tempo livre em atividades que não tem nenhuma relação com a vida digital.

Porém, não surpreendentemente, ao serem perguntados como seria o “dia perfeito” para seus filhos, 90,7% dos pais responderam que os mesmos prefeririam brincar ao ar livre com os amigos num clube de campo, correr, tomar banho de piscina, subir em árvores, jogar bola e comer salgados e doces industrializados, a passar o dia inteiro trancados num quarto com acesso total e irrestrito a qualquer tipo de conteúdo da internet em posse das mesmas guloseimas industrializadas.

DISCUSSÃO

O artigo abre uma lacuna para futuras investigações sobre a relação entre o tempo que os filhos utilizam a internet versus o tempo que lhes é permitido por seus pais, sobre esse assunto, é bastante prematuro chegar a alguma conclusão com base apenas nos resultados obtidos por essa pesquisa. Se faz necessária uma análise mais detalhada desse uso, inserido no cotidiano dos mesmos, vez que, é completamente diferente uma criança que tem acesso diário a internet por um tempo “x” determinado pelos seus pais, suporemos aqui uma hora diária, de outra que faz uso constante de seu smartphone, tal qual um adulto, sem nenhuma restrição de horário ou conteúdo.

Não podemos classificar o uso diário como excesso ou permissividade. Feito de maneira equilibrada, ele pode ser adequado e até mesmo salutar. Entender a função e os impactos das tecnologias na sociedade atual, sobretudo na vida das crianças, é o caminho

mais adequado para convivermos de maneira harmônica e saudável com as mudanças por ela trazida, buscando sempre uma melhor qualidade de vida.

CONCLUSÃO

A era digital sem dúvida traz consigo uma série de inquietações, seja para os pais e educadores, seja também para os estudiosos de diversas áreas, a exemplo da psicologia, pedagogia, sociologia, comunicação e outras ligadas direta ou indiretamente às questões da infância. Se quisermos parafrasear um termo do vocabulário das crianças, diríamos que estamos ainda “engatinhando” no conhecimento desta nova sociedade.

De qualquer maneira, a nossa pesquisa, embora não exaustiva, trouxe resultados que confirmam a opinião, por exemplo, de Viviane de Bona quando diz que “as tecnologias estão incorporadas no cotidiano infantil porque possuem atrativos e porque permitem o que consideram peculiar no mundo infantil, que é a diversão e a brincadeira” (BONA, 2010, p. 87). O uso principal do smartphone por parte das crianças entre 10 a 12 anos na região metropolitana do Recife é realmente o lazer. As crianças utilizam este aparelho muito mais para brincar e se divertir.

Além disso, não podemos esquecer que é principalmente através do smartphone que elas interagem umas com as outras, criam redes e estabelecem laços de coleguismo e amizade. Esta também é a posição de David Buckingham ao constatar que “as crianças interagem com a tecnologia como fazendo parte de uma geração eletrônica que oferece autonomia e liberdade de criação para modificação do mundo em que se encontram” (BUCKINGHAM, 2007, p. 65).

Por fim, os resultados da nossa pesquisa são também um chamamento aos pais, educadores e todas as pessoas envolvidas nos processos educativos das crianças no sentido de não se ausentarem ou se omitirem. Sabemos que os desafios são enormes e não existem receitas prontas. Tudo ainda está por fazer. Façamos, então!

REFERENCIAS

AGUIAR, Paulo Henrique Pires de. et al. **Tratado de Neurologia Vascular: princípios básicos, diagnóstico e terapêutica**. São Paulo: Roca, 2012. E-book.

ALCÂNTARA, Alessandra; CAMPOS, Marília. **Agora eu Era o Rei: a reinvenção da infância**. Rio de Janeiro: E-papers, 2006.

BAPTISTA, Iuri YudiFurukita. **O consumo na vida digital**. Revista Espaço Acadêmico, Vol. 15 (178), pp. 43-54, fev. 2016.

BONA, Viviane de. **Tecnologia e Infância: ser criança na contemporaneidade**. Recife: O Autor, 2010.

BONA, Viviane de; MAIA, Licia de Souza Leão. **A infância em face do desenvolvimento tecnológico:** um estudo das representações sociais de criança. Educação (UFSM), Vol. 37 (3), pp. 523-539, set. 2012.

BUCKINGHAM, David. **Crescer na era das mídias eletrônicas.** São Paulo: Loyola, 2007.

DOMINGUES, Izabela. **Netizens e Prosumers:** novas mídias, co-criação e consumerismo político 1980. Como visto em <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2010/resumos/R5-2642-1.pdf> Acesso em 07.07.2020.

HOMRICH, Marcele Teixeira; SILVA, Daniela de Castro. **Brincadeiras e brinquedos na atualidade:** breve contribuição articulando a infância e a escola. Reflexão & Ação, Vol. 18 (2), pp.198-213, jan. 2010.

JAMBEIRO, Othon; FERREIRA, Fábio. **Compreendendo as Indústrias Criativas de Mídia:** contribuições da economia política da comunicação. Revista Comunicação Midiática, América do Norte, jan. 2013. Como visto em <http://www2.faac.unesp.br/comunicacaomidiatica/index.php/comunicacaomidiatica/article/view/298/158> Acesso em 07.07.2020.

MOSCOVICI, Serge. **A representação social da psicanálise.** 1.ed. Rio de Janeiro: Zahar, 1978.

MOSCOVICI, Serge. **Representações sociais:** investigações em psicologia social. 5.ed. Petrópolis: Vozes, 2007. 404p.

POSTMANN, N. **O Desaparecimento da infância.** Rio de Janeiro: Graphia, 1999.

TOFFLER, Alvin. **A Terceira Onda.** 5ª ed. Rio de Janeiro: Record, 1980.

CAPÍTULO 18

A ERA DA INFORMAÇÃO E O DECLÍNIO DA DOMINAÇÃO PELO CONHECIMENTO

João Victor da Mota Uzer Lima, Doutorando PPGHS-UERJ


RESUMO

Os Estados-Nação da era moderna fundamentaram-se no que Max Weber denominou como dominação pelo conhecimento. Através da burocracia, da educação, ciência e do conhecimento em geral, os Estados consolidaram noções de nação e identidades nacionais. Produzir informação e conhecimento sobre e para o Estado tornou-se forma de exercer o poder. Por outro lado, a proposta globalizante do período pós-guerra fria, enquanto flexibilizava movimentações e construía um mercado globalizado, desenvolveu uma fricção entre “local” e “global”. Diversos dos elementos nacionais que foram estabelecidos como fundamentos dos Estados-nação modernos (como língua e cultura em geral), foram reconhecidos como ameaçados. Além, as novas tecnologias de informação desenvolvidas durante a segunda metade do século XX, e ampliadas ao longo do século XXI, exerceram uma revolução comunicacional numa “explosão informacional”. Nesta nova dinâmica de produção e disseminação de informação, os poderes dos Estados encontraram diferentes barreiras. Diversos movimentos políticos de contestação – como o Occupy Wall Street e a Primavera Árabe, ambos de 2011 – utilizaram destas novas ferramentas. Neste artigo procuramos demonstrar como o conhecimento como ferramenta de dominação do Estado foi gradativamente desacreditado – conforme as novas tecnologias de informação e conhecimento se estabeleceram – chegando até na construção de uma dominação pelo desconhecimento.

Palavras Chave: Estado; Poder; Conhecimento; Informação; Era da informação

INTRODUÇÃO


Conforme afirmou Robert Darton (2000, 1) “Toda era foi uma era da informação, cada uma a sua própria forma”. Toda sociedade possui e possuiu sua própria forma de produzir, coletar, consumir, reproduzir, organizar e usar informação. No entanto, coletar informação não significa produzir conhecimento. Segundo Peter Burke (2016, 19), “é válido pensar na informação como algo cru, e no conhecimento como algo cozido”. O conhecimento seria, portanto, o resultado de um processo pelo qual a informação é criticada, verificada, comparada, classificada e sistematizada. Porém, mesmo esta definição é ampla demais. Em diferentes culturas – ou mesmo dentro delas – existem diferentes tipos de conhecimentos: abstrato e concreto, puro e aplicado, implícito e explícito, popular ou adquirido, local e universal, e mais. O próprio sentido etimológico do termo varia de acordo com local e cultura. Em grego antigo diferenciava-se “saber como” (*techne*) de “saber que” (*episteme*), que por



sua vez era diferente de “prática” (*praxis*). No latim separava-se “saber que” (*scientia*) de “saber como” (*ars*). Em alemão diferencia-se “conhecimento pela experiência” (*erkenntnis*) de “conhecimento acadêmico” (*wissenschaft*). E no francês separa-se “conhecimento” (*savoir*) de “conhecimento especializado” (*connaissance*) (BURKE, 2016, 21). Portanto, quando nos referimos a conhecimento não nos remetemos unicamente ao conhecimento acadêmico tradicional, mas sim a todo produto de um processo sistemático que tem a informação como objeto. Sendo assim diversas visões de mundo e manifestações culturais – como lendas populares, mitos, folclores ou mesmo elementos religiosamente embasados – poderiam ser englobados em algum conceito de “conhecimento”. Nas palavras de Burke (2017, 3): “para os historiadores, assim como para os sociólogos ou antropólogos, não há utilidade em fazer distinção entre conhecimento e crença”

Desta forma, o uso de informação e produção de conhecimento específico para fins políticos ou culturais é uma dinâmica antiga que muito precede a globalização do mundo pós-guerra fria. Precede até mesmo a formação dos Estados-nação modernos. A cidade de Veneza, no início da idade média, tornou-se ímã e cresceu irrestritamente. Por volta do ano 1000, os venezianos já dominavam o mar Adriático e controlavam a rota marítima para o oriente. Essa abundância comercial e crescimento populacional levou a criação de uma burocracia especial – recibos e controle de vendas – que ajudasse a administrar as cidades (SENNET, 2003, 185). No Egito antigo, uma verdadeira “ciência faraônica” – que englobava agricultura, arquitetura, aritmética, medicina e anatomia – era produzida, classificada, organizada empiricamente e aplicada na economia e na cultura (FLAMARION, 1982, 40). Na Grécia a mitologia foi outro exemplo. Os mitos gregos estavam mais próximos da literatura que da religião, e como tal, não se limitavam a uma relação causal com a sociedade, mas sim uma fonte de propagação de informação e conhecimento. “O mito não é um modo específico de pensamento; não é outra coisa senão o conhecimento pela informação” (VEYNE, 1983, 34). Mesmo as primeiras cidades-estados da história humana só foram possíveis mediante uma série de recursos comuns – como água ou terra produtiva –, mas também por uma composição jurídica que fundamentou-se numa solidariedade religiosa, militar e cultural que contribuiu para o modo de vida adotado, e que, em conjunto, consolidou “o princípio arcaico da dominação da comunidade” (FLAMARION, 1985, 78). A relação entre conhecimento/informação e controle/dominação é tão antiga que foi cristalizada no ditado “conhecimento é poder”

No entanto, com o surgimento dos Estados modernos, este princípio foi introduzido nas teorias políticas. Saber para controlar tornou-se fundamento, seja para controlar o Estado



ou a natureza. Deus, aos poucos, foi retirado do tabuleiro e o homem – munido da razão, do saber – passou a se entender como capaz de decifrar as leis naturais e subjugar-las (CASTRO-GOMEZ, 2005, 170.) O homem como protagonista passou a exercer sua autoridade, seu domínio, pelos princípios da força e da lei. O *Príncipe* de Maquiavel (1532), um espelho de príncipe reconhecido como uma das primeiras obras do realismo político, que apresenta diversos conselhos ao soberano sobre como conquistar e manter o Estado – seja de um principado ou de uma república –, traz a máxima sobre a dominação de que “os principais fundamentos que tem todos os Estados são boas leis e boas milícias” (MAQUIAVEL, 2014, 54). Em *O Progresso do Conhecimento* (1605) Francis Bacon define que o domínio é digno e eficaz conforme a qualidade do dominado, não do dominador, “o domínio que outorga o conhecimento é ainda mais alto que o domínio sobre a vontade: porque é um domínio sobre a razão, a fé e o entendimento do homem, que são a parte mais elevada do espírito, e que à própria vontade dão lei.” (BACON, 2007, 92). Bacon afirma que os Estados estavam preocupados demais em formular leis e poucas atenções voltavam para a educação, e está era a razão dos poucos homens capazes de servir ao Estado, “não há nos colégios uma educação livre com a qual os que tiverem esta inclinação possam dedicar-se às histórias, às línguas modernas, aos livros de política e temas civis, e outras coisas semelhantes” (BACON, 2007, 105). Crítica semelhante fez Thomas Hobbes. O *Leviatã* de Hobbes (1651) afirma que no estado natural o homem vive em guerra permanente na qual todos são inimigos de todos, e, portanto, apenas o surgimento de um poder central, de inigualável poder, pode exercer o controle. No entanto, a mesma obra afirma que “a ciência é sapiência” (HOBBS, 2003, 45), sendo ciência compreendida como o acúmulo de conhecimento. Os escritores políticos, segundo Hobbes, que somavam pactos para definir o que é direito do soberano ou do cidadão e os legistas que analisavam leis e fatos para definir o que é certo e errado, não deveriam deixar de considerar a razão, pois, “A razão é o passo; o aumento da ciência, o caminho, e o benefício da humanidade, o fim” (HOBBS, 2003, 45). O Estado, portanto, apresentava-se como uma instância central da organização da vida humana, e conforme as ciências avançou, novas formas de dominação se instauram.

Aos finais do século XX as tecnológicas de informação e comunicação desenvolvidas ao longo da segunda guerra mundial e da guerra fria propiciaram uma “explosão informacional” e exerceram uma mudança considerável nas dinâmicas sociais, culturais, políticas e econômicas ao redor do mundo. O caminho por um mundo globalizado e a “explosão informacional” evidenciou (ou criou) problemas para instituições tradicionais da

era moderna, como o sistema capitalista ou Estado (FERNANDES, 1995, 27). Neste artigo procuramos explorar a forma como o processo de globalização no pós-guerra fria fomentou uma crise na dominação pelo conhecimento exercida pelo Estado. Para isso discutimos como os Estado-nação formaram-se e consolidaram-se a partir do uso de conhecimento (acadêmico e popular) e como o Estado quanto instituição utiliza do conhecimento como ferramenta de dominação.

O Estado-nação e a dominação pelo conhecimento

Segundo Benedict Anderson, uma “nação” seria definida por ser “uma comunidade política imaginada – e imaginada como sendo intrinsecamente limitada e, ao mesmo tempo, soberana.” (ANDERSON, 2008, 32) Imaginada pois seus membros, por poucos que sejam, nunca conhecerão todos os seus companheiros; limitada pois independente de seu tamanho ou número de habitantes, a comunidade tem seus limites bem estabelecidos, fronteiras determinadas e partilhadas por todos, mesmo que elásticas; e soberana devido ao seu contexto de criação. A noção de “nação” foi criada em um momento em que a legitimidade dos reinos monárquicos estava sendo atacadas por revoluções e pelos pensadores iluministas, portanto, havia a necessidade ideológica de destacar o Estado de uma ordem divina, garantindo a liberdade e autonomia. “As nações sonhavam em ser livres” (ANDERSON, 2008, 34), e tal feito só poderia ser garantido em um Estado soberano em lugar de um rei soberano. Max Weber definiu que o poder do Estado moderno estava na burocracia, na capacidade administrativa da máquina pública. Os Estados modernos “eliminaram” a “administração feudal, patrimonial, patricia, ou de outros dignitários que exercem o poder de forma honorária ou hereditária, e a substituí por funcionários civis” (WEBER, 1997, 39). Parte deste processo que consolidou o Estado esteve fundamentado nas ciências. Aos poucos, ainda segundo Weber, o pensamento mágico foi substituído por um pensar cientificamente, tanto no Estado (com a substituição dos domínios igreja pelos domínios burocráticos, no processo reconhecido como secularização) quanto na Igreja (com uma doutrina eclesiástica mais voltada para a ética), o que Weber denominou de desencantamento do mundo (WEBER, 1997, 160 – 181).

Conforme demonstrou Santiago Castro-Gómez, todo o projeto de governabilidade fundado nos Estados Modernos balizou-se no conhecimento técnico e científico para exercer a dominação.


O Estado é entendido como a esfera em que todos os interesses encontrados na sociedade podem chegar a uma “síntese”, isto é, como o locus capaz de formular

metas coletivas, válidas para todos. Para isso se exige a aplicação estrita de “critérios racionais” que permitam ao Estado canalizar os desejos, os interesses e as emoções dos cidadãos em direção às metas definidas por ele mesmo. Isto significa que o Estado moderno não somente adquire o monopólio da violência, mas que usa dela para “dirigir” racionalmente as atividades dos cidadãos, de acordo com critérios estabelecidos cientificamente de antemão (CASTRO-GÓMEZ, 2005, 170)

Sem os recursos das ciências sociais, o Estado moderno não teria competência de exercer controle sobre as vidas, definindo metas coletivas. Tão pouco construiria uma noção de identidade e cidadania, numa identidade cultural (CASTRO-GÓMEZ, 2005, 170.) Assim, as técnicas e conceitos desenvolvidos no âmbito das ciências sociais e humanas representavam ferramentas “na medida em que eram capazes de legitimar as políticas reguladoras do Estado” (CASTRO-GÓMEZ, 2005, 170.) Através delas criaram-se línguas comuns, mitos de criação, heróis nacionais, símbolos patrióticos e culturais, remodelou-se cidades, definiu-se uma identidade cultural nacional, delimitou-se fronteiras, e etc.

Num âmbito interno, o conhecimento técnico passou a ter função primordial na administração do Estado. A França pós-revolucionária, por exemplo, exigia que todo cidadão utilizasse sempre seus nomes presentes nos registros de nascimento para facilitar os recrutamentos militares e outras necessidades do Estado (BURKE, 2012, 156). Com o passar dos séculos, estas dinâmicas foram refinadas. Serviços de inteligência ou policiais, além de censos populacionais eram ferramentas de produção de conhecimento acerca do Estado e seus habitantes para facilitar a administração. A própria concepção de uma “Ciência Social” nasce posteriormente através da sistematização destes saberes construídos para legitimar e gerir um Estado. “Entre 1850 e 1920 as ciências sociais modernas ganharam forma em íntima interação com as primeiras tentativas dos Estados nacionais de lidar com as consequências sociais da industrialização capitalista” (BURKE, 2012, 160.)

Já no século XX, Pierre Bourdieu (1996, 99) definiu o Estado como resultante da junção de três diferentes tipos de capital – “capital cultural”, “capital econômico” e “capital de força física” – O controle sobre a força, o “capital da força” se dá em duas formas, pelo monopólio da violência física e da violência simbólica. A primeira manifesta-se institucionalizada pelos instrumentos de coerção (polícia e exército), são as instituições com mandato para garantir a ordem, progressivamente separadas do mundo social comum. Aqui, a violência física não pode mais ser aplicada a não ser por um grupo especializado, com mandato especial para esse fim, claramente identificado no âmbito da sociedade, centralizado e disciplinado. (BOURDIEU, 1996: 100). Já o monopólio da violência simbólica se dá pela detenção de um “capital cultural” que possibilita ao Estado encarnar no campo da




subjetividade, nas estruturas e formas “mentais estruturais”. Ou seja, o Estado detendo o “capital cultural” realiza uma hegemonização no modo de fala, escrita, comunicação, entre outras formas de simbolismos presentes no social, “o Estado molda as estruturas mentais e impõe princípios de visão e de divisão comuns” (BOURDIEU, 1996: 105).

Para Manuel Castells (2017, 20) o poder é exercido pela coerção ou pela construção de significados nas mentes das pessoas. “A forma como as pessoas pensam determina o destino de instituições, normas e valores sobre quais a sociedade é organizada”. Portanto, manter o monopólio desta produção de sentido torna-se essencial para a manutenção do poder. Mário Stoppino (2010, 93) argumenta que “poder” é a “capacidade ou possibilidade de agir, de produzir efeito”, seja essa ação do homem sobre o próprio homem – em uma espécie de autocontrole –, sobre outro homem, ou de um grupo sobre outro grupo. Portanto, o “Poder”, em uma esfera social não se caracteriza como uma coisa, ou posse, mas sim como uma relação entre pessoas. No entanto, Michael Foucault foi além e observou o poder sendo exercido “como uma rede infinitamente complexa de ‘micropoderes’, de relações de poder que permeiam todos os aspectos da vida social” (O'BRIAN, 1992, 46). Nunca se está fora do “poder” e não existe um centro. As relações de “poder” estão ligadas a parentesco, sexualidade, produção, etc. Estão arraigadas no campo da subjetividade do indivíduo.

Como o “poder” não se caracteriza como uma ação direta entre dois indivíduos ou grupos, ele também é exercido inconscientemente pela sociedade através das ações cotidianas. Isso é elemento básico do que Foucault (2005, 103) reconheceu como “sociedade disciplinar” que, através do que denominou como panoptismo, exerce sobre os indivíduos uma vigilância contínua, entre controle de punição e recompensa.

Este triplice aspecto do panoptismo – vigilância, controle e correção – parece ser uma dimensão fundamental e característica das relações de poder que existem em nossa sociedade [...] No panoptismo a vigilância sobre os indivíduos se exerce ao nível não do que se faz, mas do que se é; não do que se faz, mas do que se pode fazer. Nele a vigilância tende, cada vez mais, a individualizar o autor do ato, deixando de considerar a natureza jurídica, a qualificação penal do próprio ato. (FOUCAULT, 2005, 103 – 104)

Foucault observa três tipos de instituições que atuam de forma semelhante: a prisão, a escola e o hospital psiquiátrico. São instituições de naturezas aparentemente distintas que, na prática, exercem o mesmo propósito, o de “ligar o indivíduo a um processo de produção, de formação ou de correção dos produtores” (FOUCAULT, 2005, 114). Segundo o autor, o sistema escolar é baseado numa forma de dominação jurídica na qual o indivíduo é o tempo inteiro monitorado, avaliado, qualificado e gratificado ou repreendido. Além, exerce também



um poder epistemológico pelo qual se extrai conhecimento sobre o (e do) indivíduo. A pedagogia, por exemplo, “se formou a partir das próprias adaptações da criança às tarefas escolares, adaptações observadas e extraídas do seu comportamento para tornarem-se em seguida leis de funcionamento das instituições” (FOUCAULT, 2005, 122). Ou seja, ao mesmo tempo em que o Estado – através destas instituições – domina os indivíduos, ele cria conhecimento acerca deles para otimizar as técnicas de dominação e normatizar essa dominação.

Segundo Bourdieu (1996, 105), “A cultura é unificadora”, e é através dos sistemas educacionais que esta padronização essencial para manutenção do Estado se consolida. Sobre o papel da educação e das escolas na construção do poder do Estado, o autor observa:

É sobretudo por meio da Escola que, com a generalização da educação primária durante o século XIX, exerce-se a ação unificadora do Estado na questão cultural, elemento fundamental da construção do Estado-nação. A criação da sociedade nacional acompanha a afirmação da possibilidade da educação universal: todos os indivíduos são iguais perante a lei, o Estado tem o dever de fazer deles cidadãos, dotados dos meios culturais de exercer ativamente seus direitos civis (BOURDIEU, 1996, 105 – 106)

Em suma, a produção de conhecimento pelo Estado, sobre o Estado e seus domínios caracterizou-se como elemento essencial dos Estados nacionais modernos. Já no século XIX, a administração científica, as ciências sociais aplicadas e outras abordagens acadêmicas de estudos do social foram ferramentas para a consolidação destes Estados. E, ao longo dos séculos, através de elementos culturais e instituições disciplinares – como as escolas –, estes Estados normatizaram formas de pensar e agir e moldaram os cidadãos. O poder do Estado vai além dos meios físicos e se expande até as subjetividades dos indivíduos. Portanto, o Estado agiu – e ampliou – “conforme a famosa definição de Max Weber, ‘a administração burocrática significa essencialmente a dominação através do conhecimento’” (BURKE, 2012, 156).

A sociedade em rede a descentralização do conhecimento

Surgido ao longo da década de 1980, e difundido nas décadas seguintes, o termo “globalização” tratava-se, num primeiro momento, de uma visão ideológica de vitória do capitalismo sobre o comunismo ao fim da guerra fria (KOCHER, 2011, 151). Compreendendo que, com a dissolução do bloco comunista e a surgimento de diversos países no cenário internacional, o mundo estaria pela primeira vez integrado e não dividido. Aqueles que defendiam o fenômeno argumentavam que a abertura de mercado e avanços nas áreas de comunicações conduziriam o mundo a um acesso amplo à cultura e à ciência e a um


crescimento econômico. Por outro lado, aqueles que negavam o fenômeno, sustentava a ideia de que a globalização levaria ao desaparecimento das diversidades culturais, a um desequilíbrio econômico, à concentrações de riquezas, a um territorialismo exacerbado e até mesmo ao fim dos Estados. (CORVAGLIA, 2011, 156).

De acordo com Adrian Sotelo (2011, 154), o que compreende-se como “globalização” foi desenvolvido pelos círculos empresariais estadunidenses para lidar com um novo cenário internacional. De fato, ao longo dos anos de 1990 a política externa estadunidense foi guiada pelo *National Security Strategy of Engagement and Enlargement* (Política do Alargamento e Engajamento) que o presidente Clinton acionou após sua eleição em 1993. A estratégia, chamada de “*soft power*”, pregava a diminuição do valor militar da segurança nacional e caminhava para uma ampliação econômico a partir da promoção da democracia no exterior, “preenchendo os lugares vagos” (GUIMARÃES, 2002, 54) pela influência da extinta União Soviética. Nessa “nova era”, os Estados Unidos liderariam o mundo por uma profunda mudança, buscando expandir os ideais democráticos. Sotelo afirma que o termo “globalização” construiu-se em torno desta estratégia e “descreve como operam certas categorias como a informação através da internet, o capital financeiro que opera mediante transmissão de dados, o papel, os cartões de crédito e as bolsas de valores” (SOTELO, 2011, 154).

A proposta de “integrar o mundo” trouxe consigo um outro termo, mercado. Como afirmou Milton Santos (2005, 259) “Quando se fala em Mundo, está se falando, sobretudo, em Mercado que hoje, ao contrário de ontem, atravessa tudo, inclusive a consciência das pessoas”. Neste aspecto, a globalização apresenta-se conflitante com o projeto de Estado moderno. O território era uma das bases que fundamentavam e moldavam os Estados-Nação, por outro lado, com o avanço da globalização, esta noção transformou-se de “Estado territorial” para “território transnacionalizado” (SANTOS, 2005, 255).

Mundo é o do mercado universal e dos governos mundiais. O FMI, o Banco Mundial, o GATT, as organizações internacionais, as Universidades mundiais, as Fundações que estimulam com dinheiro forte a pesquisa, fazem parte do governo mundial, que pretendem implantar, dando fundamento à globalização perversa e aos ataques que hoje se fazem, na prática e na ideologia, ao Estado Territorial. (SANTOS, 2005, 259)

Eric Hobsbawm demonstra como esta fricção entre “local” e “global” influencia símbolos identitários locais e nacionais ao observar a ação do mercado do futebol. Graças a televisão, argumenta Hobsbawm (2007, 92 – 93), o futebol tornou-se um mercado global. Desde que se efetivou como um esporte de massa, o futebol articula as identidades locais (nos




clubes que muitas vezes representam cidades ou bairros, levando seus nomes) e nacionais (nas seleções nacionais). Mas o mercado global, a partir dos anos oitenta e principalmente noventa, criou uma incompatibilidade entre os interesses econômicos e sentimentos populares dos dirigentes. Com frequência, na Europa, uma pequena minoria dos jogadores que compõem um time de um superclube tem a nacionalidade do país em que o clube se situa. Ao mesmo tempo, estes clubes tendem a priorizar as competições internacionais – competindo com outros superclubes – em detrimento das competições nacionais. Já as seleções nacionais são, cada vez mais, compostas por jogadores que “jogam em clubes estrangeiros, que perdem dinheiro a cada dia em que se ausentam, durante o período mínimo necessário para que treinem e joguem com suas seleções” (HOBSBAWM, 2007, 94). Cada vez menos os clubes representam seus estados, cidades ou bairros. Assim como, cada vez menos, as seleções representam os jogadores dos países.

Assim verifica-se como o mundo/mercado tornou-se o mercado de tudo e influenciou as ordens culturais, estando presente no futebol, na natureza, na política, na cultura, nas ideias e também nas informações e no conhecimento.

Conforme afirma Manuel Castells (1999, 17), “a revolução da tecnologia da informação e a reestruturação do capitalismo [após Guerra Fria], introduziram uma nova forma de sociedade, a sociedade em rede”. Peter Burke (2012, 334) aponta os anos de 1989 e 1990 como um marco para a história da tecnologia pois, seguindo a queda do muro de Berlim e a abertura de países que compunham o bloco comunista, diversos avanços tecnocientíficos foram registrados. A World Wide Web começou a operar (1990); o Telescópio Espacial Hubble foi lançado (1990); a Netscape, empresa responsável por produzir o primeiro navegador de internet, foi fundada (1994); a linguagem de programação Java foi criada (1995); e a Google foi fundada (1998).

Castells (1999, 18) argumenta que a partir desse contexto, as sociedades passaram a ter como principais características a globalização e fluidez das atividades econômicas, assim como a flexibilidade e instabilidade de empregos. No entanto, ressalta, a revolução da tecnologia de informação não criou a sociedade em rede, mas sem a primeira, a segunda jamais se formaria. As tecnologias de informações e comunicação de fundamentam esta sociedade são caracterizadas não pela centralidade de conhecimento e de informações, mas ao contrário, pela capacidade de aplicação e divulgação de forma dinâmica e inovadora de diferentes saberes e conhecimentos.




De fato, as grandes metrópoles dos finais do século XX e início do XXI incorporaram uma série de sistemas informatizados, dos mais diversos tipos, e forçaram seus cidadãos a aprenderem a interagir com estes sistemas de uma forma compulsória. A votação eletrônica, a operação de máquinas bancárias, o uso de SMS e outros serviços de telefonia, o uso de cartão eletrônico de débito e crédito no lugar dos talões de cheques, os *smartcards* no transporte público, o envio de imposto de renda pela internet, entre outras atividades que são extremamente banais atualmente, são exemplos destas interações.

No entanto, avanço técnico não significa necessariamente avanço de conhecimento. Uma coisa é reconhecer o que a máquina faz, outra é saber operar a máquina, e outra completamente distinta é saber como a máquina funciona. Conforme Castells (1999, 431), muitos dos que utilizem estas peças tecnológicas do mundo contemporâneo não as dominam e fazem usos rudimentares, intuitivos. Porém, mesmo que os indivíduos sejam mais “interagidos” que “interagentes”, deve-se ressaltar que tudo isso é informação produzida pelo indivíduo, de forma autônoma e orgânica, que pode vir a ser incorporada e usada pelo Estado ou pelo mercado. A dinâmica de colher informação e produzir conhecimento para a administração foi levada ao extremo.

Segundo Ana Clara Ribeiro (1997, 7), as novas tecnologias de informação e comunicação modificaram a dinâmica das sociedades capitalistas de tal maneira que poderiam ser compreendidas como “um novo momento da história das comunicações humanas, no qual as técnicas transformariam intensamente as relações espaço-temporais”. A autora afirma:

Trata-se de uma profunda mudança nos processos que construíram, gradualmente, a história das sociedades. Elos do novo meio (na forma de redes de equipamentos, linguagens, objetos) penetram na materialidade e no tecido social, articulando ou destruindo âmbitos anteriores da vida coletiva. A emergência deste novo meio ultrapassa a esfera do trabalho, ao mesmo tempo em que esta esfera se espalha para espaços, até agora, reservados, basicamente, à vida privada (como as novas formas de trabalho a domicílio e os computadores no espaço doméstico). O novo meio desobedece a âmbitos institucionalizados de organização da vida social, gerando mudanças – bastante radicais – em fronteiras, que constituíam referências, mais ou menos estáveis, das relações sociais e societárias. (RIBEIRO, 1997, 7)


A internet obteve um espaço central nesta nova dinâmica. Conforme define Castells (2003, 22 – 21) ela é um meio de comunicação que permite a comunicação de muitos para muitos, em uma comunicação de massa que se caracteriza pelas redes horizontais de comunicação interativa. O uso da internet está tão arraigado na sociedade contemporânea e já integra quase toda forma de comunicação de tal forma que pode-se afirmar que “a internet é o tecido de nossas vidas” (CASTELLS, 2003, 7).



Além, mais recentemente, com o advento dos smartphones e das redes de internet móveis, nas palavras de André Lemos (2009, 28 – 35), “a mobilidade do usuário é potencializada pela mobilidade informacional”. Além de consumir informação em deslocamento – como se fazia ao ler um livro ou ouvir rádio em um transporte público, por exemplo –, o indivíduo passou a produzir e distribuir informação independentemente de seu próprio deslocamento. Configurando a emergência de uma Cultura da Mobilidade. Neste novo contexto, relações de trabalho, de convivência, de mobilidade, de educação e mesmo de relacionamentos interpessoais foram fortemente alterados pelas novas tecnologias de informação e comunicação. Atualmente, sites de redes sociais criam conexões, quase permanentes, por onde circulam informações baseadas nos interesses daqueles que compõem estas redes, por isso, estes sites exerceram uma verdadeira revolução nas mídias sociais (RECUERO, 2011, 14). Neste contexto, a informação é produzida, circulada, filtrada e difundida – quase instantaneamente ou em tempo real – de acordo com as perspectivas daqueles que compõem estas redes de forma quase orgânica. Segundo Raquel Recuero (2012, 210), redes sociais digitais funcionam também como meio de comunicação devido sua dinâmica de propagação de informação. O que impacta a vida política.

A internet, quanto plataforma, já foi muitas vezes reconhecida como uma força democrática por, em tese, disponibilizar amplamente informações políticas e ajudar organizadores de movimentos políticos a angariar adeptos e organizar comícios. Além, com o advento dos blogs, por exemplo, a internet tornou a publicação algo corriqueiro. O ato de tornar algo público costumava ser dispendioso, era preciso permissão a editores de livros ou periódicos. Ou seja, tornar algo público era alheio ao autor, dependia de terceiros. Essa dinâmica foi enfraquecida com a internet. “A revolução está, hoje, centrada no choque de inclusão de amadores como produtores, em que não precisamos mais pedir ajuda ou permissão a profissionais para dizer as coisas em público” (SHIRKY, 2011, 45). Com o advento das redes sociais digitais movimentos sociais “espontâneos” tomaram forma, o movimento Occupy Wall Street (2011), a Primavera Árabe (2010 – 2012) e as Jornadas de Junho (2013) são exemplos.

O uso de informação e conhecimento, ou mesmo de meios de comunicação, como ferramentas contra o Estado está longe de ser novidade. Robert Darton, por exemplo, possui uma ampla bibliografia em que demonstra o uso de periódicos, livros, poemas e mais elementos literários para difundir e organizar críticas aos governos Franceses da era moderna. No entanto, a consolidação desta nova sociedade (iniciada no pós-guerra fria, que Castells



define como “sociedade em rede”), com o surgimento da Cultura da Mobilidade entre outros fatores, facilitou a disseminação de informação de forma singular. Criou-se redes novas e mais amplas, e “a afirmação de novas formas de agrupamento social são essenciais à destruição de mecanismos historicamente reprodutores de subalternidade social” (RIBEIRO, 1996, 2). As informações e conhecimentos produzidos pela sociedade sobre si e sobre os governos e as tecnologias de informação, tornaram-se formas de combate político de uma maneira mais plural. No entanto, esta velocidade de compartilhamento e criação de informação dá margem à circulação de todo tipo de informação, seja ela relevante, verídica, superficial ou inconsistente (DARNTON, 2010, 49).


Se o Estado-nação consolidou-se como, nas palavras de Weber, a “dominação pelo conhecimento”, a descentralização do conhecimento caracteriza uma crise. O projeto de dominação e exercício do poder, de normatização de regras e formas de pensar através de instituições como as escolas, torna-se obsoleto pois diversas dinâmicas sociais elementares de sociabilidade foram alteradas. O que verifica-se é a eclosão de crises econômicas e sociais frequentemente acompanhadas pela dicotomia entre “conservadores” contra “progressistas”, e (ou) entre “local” e “global”.

A eu-pistemologia e o desconhecimento

Um projeto de um mundo globalizado – que traz consigo uma economia global, um afrouxamento nas fronteiras, uma comunicação mais fluida, entre outros elementos – traz na bagagem problemas que por excelência são de natureza global – como crises financeiras transnacionais, refugiados, imigrações, violação de direitos humanos, mudanças climáticas e terrorismo – e que, portanto, tem suas soluções fora dos poderes dos Estados nacionais. Ao mesmo tempo, um projeto globalizante do mercado e da política salienta problemas internos dos Estados. Uma integração do mercado internacional, por exemplo, não implica numa distribuição de riqueza, ao contrário:

Ao passo que as camadas profissionais de maior instrução e maiores possibilidades se conectam através do planeta em uma nova formação de classes sociais, que separa as elites cosmopolitas, criadoras de valor no mercado mundial, dos trabalhadores locais desvalorizados pela deslocalização industrial, alijados pela mudança tecnológica e desprotegidos pela desregulação trabalhista. A desigualdade social resultante entre valorizadores e desvalorizados é a mais alta da história recente [...] Assim, embora a incorporação de centenas de milhões de pessoas no mundo de nova industrialização dinamize e amplie o mercado mundial, a fragmentação de cada sociedade e de cada país se acentua (CASTELLS, 2018, 13)

A crise financeira dos Estados Unidos de 2008 espalhou-se pela Europa graças à facilidade de circulação de capitais. Com o desemprego e os cortes em gastos sociais, o



modelo de bem-estar social começou a entrar em declínio e a gerar tensões. Em 2014 Escócia realizou um referendo para separar-se do Reino Unido. Em 2017 a Catalunha, na Espanha, realizou o seu plebiscito pela independência. E no ano anterior o Reino Unido realizou o seu referendo do Brexit. Mas “a ideia de que alguns são melhores e podem se salvar sozinhos, contribui para tornar o mundo ainda mais instável” (VISENTINI, 2015. 42).

Graças às revoluções tecnológicas, com as quais as viagens tornaram-se mais curtas e baratas, ou graças as composições de blocos econômicos transnacionais (com a União Europeia e o Mercosul), que derrubaram exigências legais alfandegárias, a globalização facilitou as imigrações. “O número de países que permitiam dupla nacionalidade dobrou desde 1995 e 2004” (HOBSBAWM, 2007, 90). No entanto, devido os avanços de comunicação, os imigrantes do século XXI não estão permanentemente separados de suas comunidades de origem ou limitados a organizações de imigrantes. A xenofobia (mesmo não sendo um fenômeno recente) evidencia uma crise de identidade nacional culturalmente definida no contexto dos Estados nacionais iniciados na modernidade. Quanto menos controle as pessoas sentem ter sobre o Estado ou sobre o mercado, mais se reafirmam em identidades próprias que não podem ser influenciadas pelas tendências globais do Estado e do Mercado. “A identidade política dos cidadãos, construída a partir do Estado, vai sendo substituída por identidades culturais diversas, portadoras de sentido para além da política” (CASTELLS, 2018, 14). Assim, ao início do século XXI, a noção de Estado nacional soberano tornou-se mais fraco que nos períodos anteriores. Sua integridade territorial já não era reconhecida como inquestionável (HOBSBAWM, 2007, 106), e até sua “integridade cultural” foi reconhecida como atacada.

Portanto, ao início do século, o projeto de mundo global formou um mundo/mercado em rede que articula elementos estruturais das sociedades que aparecem na política, na economia, nas finanças, nas comunicações, e mais. No entanto, grande parte dos indivíduos, ainda alheios às formas como essa rede influencia essas estruturas, balizam os sentidos de suas vidas em “sistemas culturais específicos construídos por uma experiência comum: seus territórios, idiomas, suas culturas e histórias próprias, seu grupo étnico, sua nação, sua religião” (CASTELLS, 2018, 70). Em consequência, verifica-se um declínio no ímpeto do cidadão em participar da política ou de exercer a cidadania (HOBSBAWM, 2007, 107), ao mesmo passo que há uma valorização maior de tradições culturais.

O Estado-nação, construído durante a Idade Moderna, entra em crise por sua tensão interna entre ser nodo de redes globais, nas quais se decide o destino de seus povos, e representar seus cidadãos, que não se resignam a deixar suas raízes históricas,

geográficas e culturais nem a perder o controle sobre o próprio trabalho [...] E na medida em que o Estado-nação, para fazer parte da Rede, tem que transcender o Eu, a representação dos humanos na construção política democrática baseada na comunidade definida pelo Estado-nação sofre uma profunda crise de legitimidade (CASTELLS, 2018, 70 – 71)

Portanto, consolida-se socialmente um sentimento de que o Estado-nação distanciou-se de seus compromissos, o que criou uma crise de representatividade, de legitimidade e de confiança. Conforme Castells (2017, 17) “sem confiança o contrato social se dissolve e as pessoas desaparecem, ao se transformarem em indivíduos defensivos lutando pela sobrevivência”. Neste cenário de instabilidade e desconfiança no poder do Estado, verifica-se uma crescente desconfiança nos elementos que fundamentam os Estados modernos, como a secularização e a “dominação pelo conhecimento”.

O relatório *Wellcome Global Monitor 2019: Science and Society*, apresentou como a retórica religiosa não é essencialmente oposta a ciência. Conforme os dados do relatório, as regiões com maiores taxas de afiliações religiosas (aproximadamente 95%) foram no Oriente Médio, África, Sul da Ásia e Ásia Central. Porém, as regiões nas quais a ciência foi listada como oposta aos ensinamentos religiosos foram América do Norte, América do Sul e Europa, onde as afiliações religiosas eram menores. (WELLCOME GLOBAL MONITOR. 2019). O relatório apontou que mundialmente 54% das pessoas tem uma confiança “média” nos cientistas; que 14% tem confiança baixa; 18%, confiança “alta”; e o restante não tem opinião alguma sobre o assunto. As regiões com menor confiança eram norte e sul da África e as centro e sul da América. O relatório salientou que:

“As regiões com maior probabilidade de se sentirem pessoalmente excluídas da ciência também tendem a ser as mais negativas sobre o estado de sua economia local, destacando o vínculo que muitas pessoas fazem entre ciência e crescimento econômico” (WELLCOME GLOBAL MONITOR. 2019).

Ou seja, conclui-se que, embora seja muitas vezes tomada como um bem comum, a ciência nem sempre é bem-aceita ou compreendida pela população, em especial nos países com dificuldades econômicas. Segundo Liesbet van Zoonen (2012, 5), quando não há confiança nas instituições, os indivíduos tendem a se comportarem de duas formas: 1) encontrando alguém a quem atribuir culpa, o que fundamenta a xenofobia ou teorias conspiratórias (como o globalismo); ou 2) voltando-se para si mesmas como resposta, o que Zoonen denominou de eu-pistemologia.

Instituições de conhecimento como universidades e outras instituições de pesquisa e ensino, mas também governos e mídia dependem de pessoas que confiam que seus fatos e resultados sejam relevantes, imparciais e replicáveis; em outras palavras, eles esperam que as informações que saem dessas instituições sejam verdadeiras [...] No entanto, o próprio progresso criou novos problemas que somos muito menos capazes

de gerenciar; o crescimento econômico também causa danos ambientais; (o desejo de) crescimento financeiro levou à crise bancária; a globalização também trouxe terrorismo; e ainda enfrentamos riscos mais tradicionais de doenças pandêmicas, desastres naturais e pobreza [...] As instituições que gostaríamos de recorrer para obter conhecimento e segurança sobre os riscos que enfrentamos, têm problemas próprios. Nossos governos obviamente não estão no controle, por exemplo, dos bancos. Além disso, muitos dos riscos atuais estão ligados a redes corporativas globais pouco claras que escapam à fácil prestação de contas. De fato, nem temos mais certeza se todos esses riscos são verdadeiros (ZOONEN, 2012, 2 – 5)

Mesmo instituições não governamentais que produzem pesquisas foram alvos da desconfiança. Em 2015 o *Washington Post* publicou o artigo *Are think tanks obsolete?* Por Amanda Bennet. No artigo Bennet argumenta que os *thinktanks* estadunidenses estão sofrendo uma crise pois, com o crescimento das redes sociais digitais, estas instituições perderam espaço de influência. Ademais, é afirmado que *thinktanks* tradicionalmente fundamentam-se em livros e artigos para disseminar suas ideias, e que este tipo de publicação já não tem apelo popular como antes. No entanto, conforme o próprio artigo:

O *Council on Foreign Relations* pode criar um mapa interativo de doenças evitáveis por vacinação em todo o mundo. No entanto, grupos como o *Educate Before You Vaccinate*, com 13.000 membros do Facebook, consegue manter o debate em aberto mesmo diante de surtos de doenças evitáveis, como o sarampo. (BENNET, 2015)

Mais que resultado de uma adoção de novas mídias de comunicação, esta crise é pautada pela desconfiança nos especialistas e intelectuais. Assim, a experiência pessoal torna-se autoridade para uma gama de pessoas que participam da cultura política e popular, na mídia e mesmo no cotidiano. Zoonen, em estudo anterior, observou como dois grupos discutiam sobre a guerra do Iraque – um a favor, outro contrário. O que foi constatado foi que ambos demonstravam desconfiança nas fontes jornalísticas. Um grupo “recomendava a *Fox News* por ‘uma visão equilibrada’, o outro considerava a *Fox* como ‘tão pró-Bush que é ridículo’” (ZOONEN, 2012, 6). Na cultura popular, Zoonen apontou como o questionamento sobre a realidade dos *reality shows* tornou-se parte do consumo desses produtos. Na cultura política, o “eu” sempre foi tomado como autoridade. Donald Trump, em muitos aspectos, é a personificação política desse fenômeno. Antes de ser candidato atacou diretamente o presidente Obama em suas redes sócias e baseou parte de sua campanha na teoria conspiratória de que o presidente nem mesmo era americano nativo (o movimento *birtherism*) e que, conseqüentemente, não poderia ter concorrido ao cargo. Ao mesmo tempo, em campanha, baseou-se massivamente no “eu” como autoridade:

Eu sei mais sobre o ISIS [Estado Islâmico] do que os generais. Acredite em mim – novembro de 2015 [...] Ninguém conhece os políticos melhor que Donald Trump – fevereiro de 2016 [...] Ninguém conhece o banco melhor do que eu – fevereiro de 2016 [...] Eu sei mais sobre energias renováveis do que qualquer ser humano na Terra – abril de 2016 [...] Ninguém sabe mais sobre dívidas. Sou como o rei. Adoro

dívidas – maio de 2016 [...] Entendo dinheiro melhor do que ninguém – junho de 2016 [...] Acho que ninguém conhece o sistema melhor do que eu – agosto de 2016. (BLAKE, 2016)

A “eu-pistemologia” não é essencialmente um fenômeno da sociedade em rede ou oriundo das redes sociais digitais, mas as alegações diversas sobre “a verdade” agora possuem ferramentas de propagação mais fortes que nunca. “A Internet é um grande multiplicador que não apenas oferece acesso fácil a todos que desejam exalar sua verdade, mas também permite conexões mais rápidas entre essas verdades.” (ZONEN, 2012, 9).

As instituições que no projeto de dominação dos Estados modernos efetivavam a dominação e produziam consenso político, social e cultural – como universidades, escolas e mídias em geral –, enfrentam hoje dois grandes desafios: 1) Obter confiabilidade entre tantas alegações conflitantes sobre a “verdade”; 2) Competir com a cada vez maior pluralidade de vozes reivindicando “a verdade” com base em conhecimento pessoal (ZONEN, 2012, 10).

CONCLUSÕES

O conhecimento (que engloba desde conhecimento popular e acadêmico, até mitos populares) foi por muito tempo usado como ferramenta de administração, dominação e de criação de consenso. Os Estados-Nação modernos sistematizaram esse princípio em suas bases teóricas e refinaram as ferramentas de produção e acúmulo de conhecimento para fins específicos. Instituições legítimas de criação e consolidação de conhecimento (como escolas e universidades) atuaram normatizando formas de agir e pensar e moldaram os cidadãos em torno de elementos culturais e linguísticos, criando unidade. Além do controle pela força física, o Estado manteve e mantém controle pela subjetividade dos cidadãos. No entanto, os avanços tecnológicos alcançados durante a segunda guerra mundial alicerçaram uma nova dinâmica mundial que veio a se amplamente difundida com o fim da guerra fria. A globalização e a internacionalização do mercado colocou em xeque diversas dinâmicas características das nações estabelecidas na era moderna. Diversos problemas novos surgiram na medida em que tentava-se criar um “novo mundo”. Problemas que as ferramentas estabelecidas até então não seriam capazes de solucionar. Nas palavras de Hobsbawm:

Enfrentamos os problemas do século XXI com um conjunto de mecanismos políticos flagrantemente inadequados para resolvê-los. Esses mecanismos estão efetivamente confinados no interior das fronteiras dos Estados nacionais, cujo número está em crescimento, e se defrontando com um mundo global que está fora do seu alcance operacional (HOBSBAWM, 2007, 114)

Estas sucessivas crises e a frequente dificuldade dos Estados em resolvê-las (visto que se tratam de problemas globais), fomentou uma desconfiança nos Estados e em seus

princípios. Ao mesmo tempo, a descentralização do conhecimento e a cada vez maior oferta de informação sobre o mundo gerou uma nova forma de manifestação política e cultural. A fricção entre “local” e “global”, mais o confronto entre “tradicional” e “cosmopolita” fundamentou o ressurgimento de um nacionalismo exacerbado e uma desconfiança quase irrestrita na ciência e no conhecimento como um todo. O conhecimento (em suas diversas manifestações) é cada vez mais pulverizado e cada vez menos ferramenta legítima de dominação.

REFERÊNCIAS

ANDERSON, Benedict. *Comunidades imaginadas: reflexões sobre a origem e a difusão do nacionalismo*. 1983. Ed. Brasileira: São Paulo: Companhia das Letras, 2008.

BACON, Francis. *O progresso do conhecimento*. São Paulo: Editora UNESP, 2007.

BENNET, Amanda. Are think tanks obsolete?. *The Washington Post*. October 5, 2015.

BLAKE, Aaron. 19 things Donald Trump knows better than anyone else, according to Donald Trump. *The Washington Post*. Oct. 4, 2016. disponível em: <<https://www.washingtonpost.com/news/the-fix/wp/2016/10/04/17-issues-that-donald-trump-knows-better-than-anyone-else-according-to-donald-trump/>> Acesso em 21 ago. De 2020.

BOURDIEU, Pierre. *Razões práticas, sobre a teoria da ação*. Tradução Mariza Correa. Campinas, SP. Papyrus, 1996.

BURKE, Peter. *O que é História do Conhecimento*. São Paulo: Editora Unesp, 2016.

BURKE, Peter. *Uma história Social do Conhecimento. II* da Enciclopédia à Wikipédia. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.

CASTELLS, Manuel. *A Galáxia da Internet*. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.

CASTELLS, Manuel. *O poder da identidade. A era da informação. Economia sociedade e cultura v.2*. São Paulo: Paz e terra, 1999.

CASTELLS, Manuel. *Redes de indignação e esperança*. Rio de Janeiro: Zahar. 2017.

CASTELLS, Manuel. *Ruptura*. Rio de Janeiro: Zahar. 2018.

CASTRO-GOME, Santiago. Ciências sociais, violência epistêmica e o problema da “invenção do outro”. En libro: *A colonialidade do saber: eurocentrismo e ciências sociais. Perspectivas latino-americanas*. Edgardo Lander (org). Colección SurSur, CLACSO, Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina. setembro 2005. pp.169-186.

CORVAGLIA, Julian. Globalização [3] in: KOCHER, Bernardo. (org). *Globalização*. Rio de Janeiro: Mauad, 2011.

DARNTON, Robert. *A questão dos livros: passado, presente e futuro*. São Paulo: Companhia das Letras, 2010.

DARNTON, Robert. AnEarlyInformation Society: News andthe Media in Eighteenth-Century Paris. *American Historical Review*.February 2000.

FERNANDES, Geni. O objeto de estudo da ciência da informação. *Informare*. Rio de Janeiro. V.1, n.1, p. 25 – 30, jan/jun. 1995.

FLAMARION, Ciro Cardoso. *A cidade-Estado na Antiguidade clássica*. São Paulo: Ática. 1982.5

FLAMARION, Ciro Cardoso. *O Egito Antigo*. Brasília: Brasiliense. 1982.

FOUCAULT. Michael. *A Verdade E AsFormasJurídicas*. Rio de Janeiro: Editora Nau 2005.

HOBBS, Thomas. *O Leviatã*. São Paulo: Marins Fontes, 2003.

HOBBSAWM, Eric. *Globalização, democracia e terrorismo*. Rio de Janeiro: Companhia das Letras 2007.

KOCHER, Bernardo. Globalização. in: _____(org). *Globalização*. Rio de Janeiro: Mauad, 2011.

LEMONS, André. Cultura da Mobilidade. Revista *FAMECOS*. Porto Alegre. Nº 40. dezembro de 2009.

MAQUIAVEL, Nicolau. *O Príncipe*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2014.

O'BRIAN. Patricia. A História Cultural de Michel Foucault. In: HUNT. Lynn (org) *A Nova História Cultural*; tradução Jefferson Luiz Camargo. São Paulo: Martins Fontes, 1992.

RECUERO, Raquel. A nova revolução: as redes são as mensagens. In: BRAMBILLA, Ana. (org) *Para entender as mídias sociais*. 2011. p. 14.

RECUERO, Raquel. A rede é a mensagem: Efeitos da Difusão de Informação nos Sites de Redes Sociais. In: Eduardo Vizer. (Org.). *Lo que Mcluhan no previó*. 1ed.Buenos Aires: Editorial La Crujía, 2012, v. 1, p. 205-223.

RIBEIRO, Ana Clara. Traços Da Sociedade No Meio Técnico-Científico E Informacional. *Dialnet*. Año 1997, Vol. 12, Número 23.

SANTOS, Milton. *O retorno do territorio*. En: OSAL :Observatorio Social de América Latina. Año 6 no. 16 (jun. 2005). Buenos Aires : CLACSO, 2005.

SENNET, Richard. *Carne e Pedra*. Rio de Janeiro: Record, 2003.

SHIRKY, Clay. *Cultura da participação*. Rio de Janeiro: Zahar. 2011.

SOTELO, Adrian. Globalização [2] in: KOCHER, Bernardo. (org). *Globalização*. Rio de Janeiro: Mauad, 2011.

STOPPINO, Mario. Poder,. In: BOBBIO, Norberto; MATTEUCCI, Nicolas; PASQUINO, Gianfranco(org.) *Dicionário de Política*. Brasília: UnB, 2010.

TEIXEIRA, Tatiana. *Os thinktanks e sua influência na política externa dos EUA*. Rio de Janeiro: Revan, 2007.

URRUTIA, Oliveira. The role of thinktanks in the definition and application of defense policies and strategies. *Revista del Instituto Español de Estudios Estratégicos*, n. 2. 2013.

VEYNE, Paul. *Acreditavamos gregos e seus mitos?*. Brasília: Brasiliense. 1984.

VISENTINI, Paulo. *O caótico século XXI*. Rio de Janeiro: Alta Books, 2015.

WEBER, Max. Parlamentarismo E Governo Numa Alemanha Reconstruída. In: *Os Economistas*. São Paulo: Editora Nova Cultural. 1997.

WELLCOME GLOBAL MONITOR. *Wellcome Global Monitor How does the world feel about science and health?*. Wellcome. 19 de jun. De 2019. Disponível em: <<https://wellcome.ac.uk/reports/wellcome-global-monitor/2018>> Acesso em 21 ago. De 2020.

ZOONEN, Liesb van. I-Pistemology: Changing Truth Claims. *Popular And Political Culture. European Journal of Communication*, 27(1) – 2012.

CAPÍTULO 19

A LEGITIMAÇÃO DOS VALORES ORGANIZACIONAIS NA PRÁXIS DAS MARCAS CORPORATIVAS EM AMBIENTES DIGITAIS¹⁷

DOI 10.47402/ed.ep.c202140919759

Daniel Dubosselard Zimmermann

Doutorando em Ciências da Comunicação na Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo. Mestre em Comunicação e Mercado pela Faculdade Cásper Líbero (2006). Pesquisador do GESC3 – Grupo de Estudos Semióticos em Comunicação, Cultura e Consumo. Pesquisador do CECORP – Centro de Estudos de Comunicação Organizacional e Relações Públicas. Professor da Graduação da Faculdade Cásper Líbero. Brasil.

Karla de Melo Alves Meira

Mestranda em Ciências da Comunicação na Universidade de São Paulo, USP. Bolsista - nível Mestrado pelo CNPq. Pesquisadora do GESC3 – Grupo de Estudos Semióticos em Comunicação, Cultura e Consumo. Brasil.

RESUMO


Este artigo aborda a relevância das marcas corporativas na perspectiva do consumo cultural midiaticizado. Para tanto, apresenta as marcas como mídias e sujeitos/institucionais midiáticos, como expressão dos valores e da identidade organizacional, descrevendo como a publicidade no contexto da comunicação organizacional integrada legitima esses valores por meio da marca corporativa e apresenta o cenário da convergência digital e algumas estratégias que essas marcas se apoiam para se aproximar dos públicos. Nesse cenário, conclui-se que as organizações estão percebendo que a marca corporativa midiaticizada ultrapassa seus limites, deixando de ser um mero elemento de identificação para se transformar em mídia, onde os ambientes digitais são uma importante ágora.

PALAVRAS-CHAVE: Marcas corporativas; Valores organizacionais; Publicidade; Ambientes digitais; Midiaticização.

INTRODUÇÃO

As marcas foram criadas como elemento de identificação, como aponta Tavares (2008), onde as marcas dos produtos e serviços seriam equivalentes a nomes próprios e os das organizações que os produzem seus sobrenomes. Para Vásquez (2007) a definição de marca é apontada como um nome, termo, sinal, símbolo ou design, ou uma combinação de tudo isso, destinado a identificar empresas, produtos, serviços, ação social ou personalidade para diferenciá-los dos outros.

¹⁷Artigo originalmente apresentado no GP Publicidade e Propaganda, XIX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 42º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.



No entanto, hoje as marcas são fundamentais para as organizações, pois representam seus valores e sua identidade, mas também se traduzem em patrimônio intangível, pois muitas delas tem um valor financeiro acima do valor dos ativos físicos das suas empresas proprietárias¹⁸.

Um dos motivos para esse fenômeno é o fato dessas marcas terem se transformado em produtos culturais. Não apenas os consumidores dos produtos da organização, mas também outros públicos que em alguns casos, nem consomem esses produtos, mas consomem a marca - seja por meio de sua história, das micronarrativas afetivas que cria, dos vínculos que estabelece, dos valores que traduz em sua comunicação ou por meio de objetos e até mesmo de maneiras inusitadas como discorre Pavan (2018), por meio de tatuagens, indicando para um fluxo de consumo cultural das marcas.

Trindade (2014) tratando das mediações e midiatisações do consumo, aponta para um novo olhar sobre o consumo cultural das marcas, pois denota que os consumidores e demais públicos consomem as marcas como produtos culturais midiatisados a partir dos seus vínculos de sentidos. Portanto,

As marcas como objeto encontrariam resistência a serem reconhecidas como mídias e sujeitos/institucionais midiáticos. Frente a esta resistência, buscou-se entender que o consumo das marcas é um tipo de recepção e que o dispositivo marca, mesmo tendo um papel de sujeito institucional mediador, é também dispositivo sócio-técnico-discursivo comunicacional e que modula relações e modos de interação com receptores que também são consumidores de mídias e de mercadorias midiatisadas, a marca é mídia. (TRINDADE; PEREZ, 2016, p. 8)

Nesse contexto, onde as marcas ultrapassam a função para a qual foram criadas, a de identificar os produtos e as organização que os manufaturam, é fundamental para os profissionais e estudiosos da comunicação entenderem as marcas corporativas como produto de consumo cultural midiatisado, principalmente em um cenário onde cada vez mais a comunicação integrada das marcas converge para as mídiassociais digitais.

[...] é importante lembrar que a digitalização da sociedade (e dos processos de sociabilidade) e o imbricamento das suas funcionalidades e *affordances* em nosso cotidiano podem ser assumidos como um cenário impermanente, mutante, fluído, dinâmico e de ressignificação contínua de conceitos, valores, conhecimentos, etc. Como consequência, falamos de uma ambiência social que provoca ondas de ressignificação numa velocidade quase que incontrolável, criando vácuos entre o pensar-conceituar-entender-disseminar e o fazer-absorver-aplicar. (CORRÊA, 2017)

¹⁸KANTAR MILLWARD BROWN. 2018 BrandZ Top 100 Global Brands. Londres/Nova Iorque, 2018. Disponível em: <<http://online.pubhtml5.com/bydd/rxhd/>>. Acesso em 02/07/2018.

Marca: uma expressão da identidade organizacional

A identidade de uma organização "(...) é a coleção de atributos vistos como específicos daquela organização por seus membros" (VAN RIEL, 2003, *apud* ALMEIDA, 2009). A partir disto, pode-se notar que a identidade não é fator comum a todos os membros da organização, mas sim mantida em grupos específicos.


Almeida (2009) ainda diz que outros estudiosos afirmam que a identidade reside em grupos de indivíduos, portanto, não há uma identidade, mas várias identidades em uma mesma organização, da mesma forma em que não há uma única cultura. Já para outra parcela dos estudiosos a identidade é singular, existindo uma só para cada organização, mesmo que seja múltipla, fragmentada ou contraditória.

De acordo com Almeida (2009) o que parece ser uma contradição entre dois posicionamentos se mostra uma complementação, vez que há um reforço acerca da possibilidade de enxergar a identidade de uma organização como algo homogêneo e condensado por seus membros. Ou seja, existe uma única identidade por se tratar de uma única organização, mas ela é vista, vivida e praticada por indivíduos com percepções, visões e perspectivas distintas, o que possibilita a construção de seus significados.

A terceira e última perspectiva aplicada ao estudo da identidade diz respeito à existência da identidade corporativa e da identidade organizacional. A identidade corporativa é como a organização apresenta as suas ideias ao público externo que na visão de Riel (2003) se dá por meio de comportamentos, produtos, símbolos e comunicação.

No entanto, para Almeida (2009) essa identidade corporativa pode ser compreendida por três elementos fundamentais (mix de identidade): Comportamento (quem somos enquanto organização), Símbolos (distintividade - visual) e Comunicação (discurso) geradores de efeitos de uma identidade corporativa forte.

Almeida (2009) sinaliza que para Albert e Whetten (1985) a identidade organizacional é "uma questão de auto-reflexão: quem somos enquanto organização", e tem como base três características: centralidade (princípios), distintividade (personalidade - unicidade) e permanência (longevidade). Logo a identidade organizacional orienta e fortalece a identidade corporativa, assim elas se completam como única e essencial para a organização.



“A relação entre a identidade e imagem é uma relação causa-efeito na qual a causa é a identidade a ser comunicada, e o efeito é a recepção dessa identidade projetada em imagem”. (TAJADA, 1994, p.143). Essa afirmação, nos remete ao fato que quando a identidade é projetada pela comunicação ela se transforma, pois vai ser na recepção que essa identidade será ressignificada pelos públicos e se tornará então, sua imagem.

O fato de a imagem se formar na recepção e de o resultado desse processo não manter fidelidade com o discursos, tal como é produzido pelo emissor, leva-nos a admitir a necessidade de - na elaboração das estratégias de comunicação - conhecer melhor os mecanismos culturais que interagem no ato da recepção, o repertório, as experiências comuns e incomuns, os valores, os sonhos e as crenças que povoam o imaginário de nossos públicos. (IASBECK, 2009).


Para Aaker (1996) os consumidores relacionam a identidade e a imagem das marcas corporativas em nove situações específicas, no entanto, seis estão diretamente ligadas a comunicação da marca da organização e apenas três aos seus produtos e serviços. Esse raciocínio nos impele a afirmar que a marca assim amplia sua importância como elemento de conexão da organização com o mercado.

Aaker (1996) ainda explica que as pessoas procuram nas marcas imagens familiares, seja a proximidade com seu cotidiano, seja com seus valores, seja com suas experiências e ao decodificarem uma mensagem (identidade projetada) o resultado estará sempre baseado em suas percepções individuais e coletivas.

Klein (2002, p. 31), diz que "as corporações podem fabricar produtos, mas o que os consumidores compram são marcas" por exemplo, "A IBM não vende computadores, mas soluções para os negócios. A Swatch não tem relação com relógios, mas com o conceito de tempo" (KLEIN, 2002, p.48).

Esse mesmo raciocínio é utilizado por Theodore Levitt (1985) no seu livro "A imaginação de marketing", onde apresenta a razão do negócio que hoje alguns autores chamam de objeto da organização, e ele se referia a empresas que não tinham a capacidade de perceber que não fabricam produtos e sim conceitos e chamava essa falta de visão de miopia de marketing.

Nessa lógica a marca corporativa seria um elemento da distintividade, no entanto, a partir do momento que a marca traduz a centralidade da organização, sua personalidade e sua longevidade, reforçando os valores da organização e balizando seus comportamentos,



discursos, produtos e serviços por meio da comunicação ela ganha contornos mais amplos representando a imagem da organização.

A legitimação dos valores de marca e a comunicação integrada

Ao tratarmos da comunicação integrada de marca devemos retomar Kunsch (2003) que propõe um modelo teórico de intersecção entre a comunicação interna/administrativa, a comunicação mercadológica e a comunicação institucional, e todas elas compõem a comunicação organizacional, ou seja, o composto da comunicação integrada, onde afirma que a comunicação institucional é a encarregada pela construção da imagem e identidade corporativa positiva para uma organização, para que sua personalidade seja vista com crédito perante a opinião de seus públicos.

Kunsch (2003) ainda reforça que a comunicação institucional deve se utilizar algumas ferramentas de comunicação de diversas áreas, tais como relações públicas, jornalismo empresarial, assessoria de imprensa, publicidade, propaganda, imagem e identidade corporativa, marketing social e cultural e editoração multimídia, cada área contribuindo com o seu papel.


Seguindo a mesma lógica, Zimmermann (2006) aponta que a comunicação organizacional integrada se utiliza das

[...] técnicas de publicidade, propaganda, relações públicas e jornalismo empresarial com o fim de gerar mensagens a públicos identificados e até dirigidos de forma segmentada para comercializar seus produtos e/ou serviços e ainda formar uma opinião pública positiva agregando valores identificáveis e significativas para os consumidores e para toda a sociedade. (ZIMMERMANN, 2006, p. 48).

De acordo com Costa (2011) a legitimação da identidade por meio da marca junto aos seus públicos só é possível quando a comunicação trabalha a cultura e os valores da organização. "A cultura organizacional acaba por culminar de valores éticos e morais partilhados mutuamente pela sociedade." (COSTA, 2011, p. 27).

[...] uma marca diferenciada, que se potencializa pela intertextualidade do discurso institucional e mercadológico, sustentada por um logotipo que sintetize e reforce o discurso da organização, além de ser capaz de transmitir valores em congruência com os valores da sociedade, assume aspecto de representação máxima da identidade da organização. (COSTA, 2011, p. 45).

Já Mumby (2013) reforça o impacto das organizações na sociedade e os valores que elas representam nas pessoas (dentro e fora das organizações), apresentando questões como poder versus resistência no trabalho, o local de trabalho pós-moderno (equipes, apelos emocionais e "trabalhar sem terno"), a comunicação de gênero no trabalho, comunicação da diversidade, o novo local de liderança da comunicação e, por fim, a questão das relações entre



marca e consumo, vislumbrando que todas essas questões se refletem no consumo cultural das marcas corporativas. Conseqüentemente, para que uma marca transpasse a categoria de mera identificadora de uma organização ela precisa então, legitimar os valores e o discurso da organização por meio de seu comportamento, produtos e serviços.

No entanto, na visão de Zimmermann e Benites (2008) quando tratam da comunicação integrada de marca, são as relações públicas que devem mediar a relação entre identidade, imagem e reputação e assim alinhar a imagem comercial e a institucional. Contudo, serão as mensagens publicitárias corporativas que irão mediar essa legitimação.

Nesta mesma perspectiva, Hellín (2007) diz que os valores sociais compreendidos como universais, ou seja, aqueles que a sociedade contemporânea almeja que prevaleçam e portanto os que compartilham, são associados e relacionados aos valores das organizações e difundidos por meio das mensagens publicitárias corporativas, criando um elo entre a sociedade, a organização, sua marca, e por conseguinte, seus produtos e serviços.

Al Ries (2003) arrolou que era chegada a hora do Marketing se render à Comunicação e ainda comparou a publicidade a um martelo e as relações públicas ao prego, ou seja, enquanto a publicidade de marcas teria a função de bater na mente dos consumidores os valores, as relações públicas iriam validar esses valores por meio de ações e discursos organizacionais coerentes.

Dessa forma inferimos que a gestão da comunicação integrada e de marca deve relacionar os valores da organização aos valores da sociedade, pois os consumidores necessitam perceber essa aproximação, no discurso e nas ações, caso contrário, irão refutá-las.

Consumidores rejeitam produtos, rejeitam condutas corporativas, rejeitam alterações de identidades visuais, cobram reparações, reivindicam filiações etc., apenas para citar algumas manifestações recorrentes de questionamento, cobrança e de intervenção na gestão e comunicação das marcas na atualidade. (TRINDADE; PEREZ, 2016, p.11)

Abratt e Kleyn (2012) explicam a importância da integração dos valores organizacionais aos valores da sociedade como uma estratégia de legitimação da identidade na forma de imagem e reputação da organização e ainda reforçam que essa necessidade é mais premente em decorrência do alcance que os públicos ganharam com as mídias sociais digitais.

Por consequência, esses aspectos se tornaram ainda mais importantes com o crescimento das mídias sociais digitais, onde os consumidores e demais públicos se tornaram produtores de conteúdos capazes de multiplicar seus pensamentos e serem seguidos e compartilhados por milhares de outras pessoas.

Marcas e a convergência na era digital

O acesso à internet e, sobretudo a comunicação móvel, privilegiada pelos *smartphones*, trouxe consigo muitas e novas possibilidades de interação entre a organização, a publicidade e os públicos. Este cenário foi iniciado com o advento da globalização com as organizações mundiais, as marcas globais, e ao mesmo tempo com as empresas menores e *startups*, disputando clientes e novos nichos de mercado. Para Frazon Terra,

Nos dias atuais, vários usuários têm a oportunidade, por meio das ferramentas de mídias sociais de se expressarem e constituírem diálogos, no chamado processo de socialcast. Obviamente tal tipo de interação sempre existiu, porém sua amplitude, velocidade e durabilidade são inéditas com as potencialidades oferecidas pela rede. (2017, p. 1894)

De acordo com Esrock e Leichty (1998) a internet tem o potencial de aumentar a velocidade do processo de relações entre os públicos. Os autores afirmam que esse processo é constituído de três elementos separados: velocidade de disseminação, velocidade de acesso e velocidade de *feedback*.


De acordo com Freitas (2013), os consumidores agora são mais informados e mais difíceis de serem influenciados na compra, usando sobretudo as novas tecnologias em seu benefício: procuram informações sobre os produtos ou sobre as marcas na própria internet.

Facilitadas pelas tecnologias digitais, em especial pelas redes sociais digitais e aplicativos, inclusive móveis (privilegiados nos smartphones), as pessoas ou como aqui abordamos, os consumidores mediatizados, participam cada vez mais ativamente das ações de marcas, interferindo em seus conteúdos (brandedcontent participativo), práticas promocionais, vinculações a causas sociais, ambientais etc., e até na definição de produtos, serviços ou instituições que essas marcas encarnam. (TRINDADE; PEREZ, 2016, p.11).

Freitas (2013), assinala que o cenário agora contempla consumidores engajados nas redes sociais digitais. Neste novo ambiente social é que surge a chamada Sociedade da Informação, sendo está uma das formas de explicação desse novo contexto social, político e econômico, no qual as redes de informação são estruturadas por práticas tecnológicas, globalizadas e interconectadas.

[...] a cultura de massas se transforma inevitavelmente na cultura da comunicação de massas; e se algo caracteriza esta nova sociedade da comunicação, cada vez mais consolidada, é a mobilidade constante de suas estruturas, a multiplicidade dos meios que emprega, os custos elevados de sua produção, que obriga a grandes investimentos e a 'esponsorização' comercial, decorrente da necessidade de captar enormes audiências. O recurso à tecnologia, que passou a ocupar o centro desta cultura, a concentração de capitais, com o conseqüente risco de colonização cultural, e o mito da interatividade, são outras manifestações características da produção cultural contemporânea. (HELLIN; PEREZ, 2009, p. 39)

Ainda para Hellin e Perez (2009), o conceito de cultura de massas começa a se formar a partir dos anos 70, tendo a referência do enfrentamento de posturas acerca da sociedade



entre McLuhan e Marcuse, ou entre utópicos e radicais. Segundo os autores, para McLuhan, as incógnitas é que explicam a evolução de uma sociedade submetida ao bombardeio constante dos meios de comunicação social, é uma mensagem integrada, de evolução em direção a uma nova época.

Hellin e Perez (2009) afirmam que Marcuse tem uma tendência muito mais crítica, que se centra na análise da vida cotidiana, até chegar a negação de seus valores. McLuhan (1964) desenvolveu argumentos sobre a mídia levar cultura e informação para quem não teria, agindo como unificadora, ou seja, deixando os cidadãos de várias procedências em igualdade, em termos de informação. Freitas (2013) reitera que os meios de massa trariam uma homogeneização que eliminaria diferenças, levando ao homem informações sobre como o mundo é de fato.

Freitas (2013), destaca que a partir dos anos 1990a tecnologia passou a conectar as pessoas em tempo real, evidenciando a "aldeia global" que McLuhan (1964) previu, deste modo, evidenciou-se uma sociedade pós-moderna que vivencia o conceito de instantaneidade e, então, o que acontece em um lado do planeta sabe-se do outro.

Corrêa (2008), diz que uma das características do ambiente virtual é a comunicação ser efêmera e os hábitos serem mutáveis, assim as campanhas fixas e as estratégias estáticas ficaram obsoletas. Para Freitas (2013), este consumidor da era do instantâneo recebe as informações de modo ágil e dinâmico, e pode não assimilar todo o conteúdo que visualiza. Assim as ferramentas de interação das marcas com o público se multiplicam para estimular experiências positivas e potencializar os benefícios através de aplicativos como games, passatempos, vídeos, entre outros.

Esses hábitos virtuais têm proporcionado uma mudança de paradigma no comportamento dos consumidores: o indivíduo que consome é o que também divulga o que aprecia, criando conteúdo na web, tornando-se assim, um influenciador.

O compartilhamento de conteúdos é outra dimensão da relação marcas-consumidores. Quer por reivindicação dos consumidores, quer por disposição deliberada dos gestores das marcas, o compartilhamento de conhecimentos, expertises, metodologias ou simplesmente de informações sobre processos, produtos, origem de ingredientes ou componentes, etc., põe fim a autoridade e o obscurantismo das marcas. Compartilhar conteúdos é sinal de transparência, respeito e de confiança, valores importantes na construção de vínculos afetivos vigorosos, e não é diferente na edificação dos vínculos com as marcas. (TRINDADE; PEREZ, 2016, p. 12-13).

Conforme Esrock e Leichty (1998) a era das novas tecnologias de comunicação foi caracterizada como a era do "fim dos segredos organizacionais". A internet não se apresenta

só como uma nova mídia, mas sobretudo como um espaço para a prática social. Esse espaço virtual deu voz ao público para reclamar, tirar dúvidas e ser atendido no pós-venda de forma mais acessível e rápida.

De outro lado, Konizets (2002) indica a criação de uma tipologia para a classificação dos indivíduos dentro das redes digitais e destaca dimensões importantes para a identificação de líderes de opinião - experiência com a marca e fortes relações com o grupo - recomendando identificar e monitorar os líderes (influenciadores digitais) para gerar seu envolvimento com qualquer iniciativa mais permanente em comunidades on-line. Frazon Terra, classificou esse sujeito participativo no ambiente das redes sociais digitais como Usuário-Mídia:


[...] Entendemos que o usuário-mídia é um usuário ativo tanto da internet como das mídias sociais e que produz, compartilha, dissemina conteúdos próprios e de seus pares, bem como os endossa junto às suas audiências em blogs, microblogs, fóruns de discussão on-line, sites de relacionamento, entre outros. [...].(2002, p. 77)

Já a pesquisadora Jose van Dijck (2009) afirma que com a emergência de sites onde o consumidor cria conteúdos, as organizações mudaram a órbita de seus interesses das atividades de consumo para as de produção, concedendo aos usuários mais poder sobre o conteúdo pela adição de valor que isso traria aos negócios.

Nessa conjuntura deve-se ver "a internet não mais como apenas mais um meio; ao contrário, a internet deve, isso sim, ser vista como parte integral, senão impulsionadora, de todo o esforço de construção de marca" (AAKER; JOACHMSTHALER, 2007, p. 245).

Quanto a influência da publicidade na formação da agenda (...) existe um consenso, mesmo que este não seja resultado de um estudo direto de que a publicidade de marcas de produtos ou de corporações pode ser responsável por agendar, principalmente se estas estiverem baseadas nos valores que essas marcas representam, seja reforçando ou se contrapondo a valores sociais existentes. (ZIMMERMANN; MEIRA, 2018, p. 13)

Boyle (2010), Kaneva (2011) e Leite (2012) acreditam que a gestão da comunicação integrada de marca e a publicidade de marcas corporativas, que esteja em consonância ou dissonância com os valores almejados pela sociedade contemporânea podem intervir na formação das agendas midiática e pública, isso porque os consumidores midiáticos destas marcas produzirão conteúdos nas mídias sociais digitais capazes de influenciar outros públicos, e por consequência, esse movimento pode contraagendar os meios e dessa forma retornar a agenda pública. Esrock e Leichty (1998) já apontavam esse movimento oriundo da internet e a capacidade dos públicos midiáticos de intervir tanto na organização como na própria sociedade.



"Muito mais importante (...) são os comportamentos humanos que a tecnologia engendra, especialmente o potencial que a internet tem de interligar a massa da humanidade em um organismo próspero e infinitamente poderoso". (HOWE, 2008, p. 9). Este poder coletivo propiciou mudanças sociais relevantes neste século XXI, fortemente estimuladas pela revolução tecnológica da internet que afetou também as marcas.


Para tanto, a utilização do endosso aos movimentos de minorias tem sido uma estratégia de comunicação integrada abordada por marcas, principalmente nas mídias sociais digitais, buscando gerar identificação com seus públicos que não mais compram simplesmente pelas características físicas do produto, mas por características desmaterializadas, ou seja, intangíveis. As pessoas, a priori, compram pelo significado representado pela marca de consumo.

A sociedade contemporânea exige uma responsabilidade diferenciada por parte das organizações, as marcas passam a adequar sua comunicação a essa nova conjuntura. Os seus públicos não consomem mais da maneira que costumavam consumir e como exemplo, temos o valor das marcas engajadas socialmente, marcas com propósito, ativistas, solidárias e colaborativas.

Em contrapartida, temos muitas marcas recém-criadas e focadas em fornecer serviços que substituem apenas produtos, como o Spotify, Airbnb e o Uber - exemplos específicos de marcas que concentram seus capitais em desenvolvimento tecnológico, convergindo no mesmo movimento da transformação da comunicação. São marcas que transcendem as questões "físicas" e que trazem consigo valores "em comum" com as novas gerações. Muito embora os consumidores, cedo ou tarde, possam perceber e questionar o viés colaborativo destas marcas em detrimento das questões em relação a mão-de-obra e terceirização do trabalho.

Vilar e Covaleski (2017) relataram que o objetivo das marcas ao se associarem a shows, esportes, cultura, política, causas sociais etc., é uma experiência de legitimar seus valores e aproximá-los aos valores da sociedade. Deste modo, o efeito dessas associações no cenário contemporâneo digitalizado, pode não apenas retomar os valores sociais, mas igualmente gerar empatia com causas e interesses por meio da publicidade das marcas.

A marca Avon, por exemplo, nos últimos anos reformulou sua comunicação e desenvolveu diversas campanhas publicitárias com foco em causas sociais, tendo um



desempenho que alcançou destaque na mídia, de acordo com o site do Instituto Avon. Essas campanhas tornaram-se reconhecidas e tiveram um alto retorno em *branding*.

Historicamente a Avon traz em sua missão o empoderamento feminino, em razão disso, suas campanhas também tiveram um viés voltado para a valorização da mulher como as campanhas #DonaDessaBeleza e #SintaNaPele.

Podemos mencionar ainda marcas corporativas conhecidas e com grande participação de mercado em seus segmentos como Brastemp, Renault, Mars Brasil e Arezzo entre outras que já tiveram problemas nas redes sociais digitais em decorrência de campanhas que não estavam alinhadas a seus valores, ou problemas em relação ao fluxo de comunicação organizacional, que acabou gerando ruídos entre os consumidores e a organização.

Para resolver os problemas essas empresas tiveram que assumir uma postura de gerenciamento de crise, com ações de relações públicas focadas na transparência e no reconhecimento de seus erros, com investimento massivo em redes sociais digitais, principalmente LinkedIn, Facebook, Youtube, Twitter e Instagram, onde demonstraram todo o processo de resolução dos problemas e fizeram campanhas publicitárias de suas marcas.

Um dos casos mais conhecidos nesse contexto da convergência digital e as marcas corporativas é relatado por Kietzmann *et al* (2011) onde contam a transformação da relação entre clientes e diversas empresas por força das mídias sociais e para isso descrevem o confronto virtual entre a United Airlines, uma das líderes mundiais na aviação comercial e o cantor canadense e passageiro Dave Carroll. O cantor que teve sua guitarra danificada e depois de várias tentativas e não obter nenhum retorno da empresa, resolveu postar dois vídeos "United Breaks Guitar 1 e 2" no YouTube onde ironizava e provocava a United Airlines. O resultado foi que os vídeos alcançaram o *trendingtopics* e a organização não apenas teve uma queda drástica no volume de vendas de passagens e viu sua marca despencar no mercado de ações.

A United Airlines pecou na prestação de seus serviços, mas o que repercutiu como mais grave foi o fato de que onde descreve seus propósitos e valores, uma organização deve manter sua comunicação e seu comportamento alinhados aos valores, seja no contexto off-line ou on-line.

Portanto, as marcas corporativas nesta perspectiva do consumo cultural midiático, onde são a representação da identidade das organizações, mas também são mídia e produtos consumidos por todos os públicos, os quais são produtores de conteúdos por meio das redes



sociais digitais, é primordial que os comportamentos e a comunicação estejam alinhados aos valores organizacionais.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Apresentamos até este ponto as principais ideias sobre as marcas corporativas, a relação entre identidade e imagem, a comunicação integrada das marcas na convergência digital e a prática de marcas por meio de endosso de causas nas mídias sociais digitais. Percebemos na construção deste artigo e nos casos que citamos aqui que fica claro a importância dos valores da organização estarem alinhados no comportamento, produtos, serviços e discurso das marcas.

Com o crescimento das mídias sociais digitais os públicos se tornaram produtores de conteúdo, e portanto influenciadores, capazes de intervir e opinar sobre a gestão da comunicação das marcas. Deste modo, as organizações precisam estar atentas em responder na mesma velocidade de interlocução com seus públicos, sempre concatenadas aos seus valores.

As organizações estão buscando acompanhar e até mesmo ditar tendências no âmbito digital, criando uma comunicação integrada de marca congruente a esse público midiático.

Encerramos esta contribuição apontando que a marca corporativa por meio da comunicação organizacional integrada ganha contornos mais amplos, representando a imagem da organização. As quais, estão percebendo que a marca corporativa midiática ultrapassa os limites da própria organização, deixando de ser um mero elemento de identificação para se transformar em mídia e em produto, nesta perspectiva de consumo cultural midiático, onde as mídias sociais digitais são uma importante ágora.

REFERÊNCIAS

- AAKER, D.A.; *The Value of Brand Equity*; in *Journal of Business Strategy*; July/Aug, 1996.
- AAKER, D. A.; JOACHMSTHALER, E. **Como construir marcas líderes**. Porto Alegre: Bookman, 2007.
- ABRATT, R; KLEYN, N. *Corporate identity, corporate branding and corporate reputations: Reconciliation and integration*", *European Journal of Marketing*, Vol. 46 Iss: 7 pp. 1048 - 1063. 2012.
- ALMEIDA, Ana Luisa de Castro. Identidade, imagem e reputação organizacional: conceitos e dimensões da prática. In: KUNSCH, Margarida M. Krohling. (Org). **Comunicação Organizacional: linguagem, gestão e perspectivas**. v.2. São Paulo: Saraiva, 2009. p. 214-242.

AVON. Instituto Avon. Disponível em: <<http://www.avon.com.br/aavon/instituto-avon>>. Acesso em 23 de julho de 2018.

BOYLE, Thomas P. **Intracampaign and intercandidate issue agenda-setting during the 2008 presidential campaign.** in *13th International Public Relations Research Conference. Coral Gables, Florida: 13th Annual IPRRC University of Miami, 2010, pages 80-93.*

CORRÊA, E.S. Comunicação Digital e Seus Usos Institucionais. In Kunsch, Margarida. **Gestão Estratégica em Comunicação Organizacional e Relações Públicas.** São Paulo: Difusão Editora, 2008, p. 169-184.

COSTA, Mônica A. S. **A marca corporativa: a intertextualidade entre o institucional e o mercadológico na legitimação da identidade da organização.** 2011. 105 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação na Contemporaneidade). Faculdade Cásper Líbero. São Paulo, 2011.

DJICK, J. V. (2009). *Users like you? Theorizing agency in user-generated content. Media, Culture & Society. Amsterdam, Sage Publications, V.31 (1), 41-58.*

ESROCK, Stuart L.; LEICHTY, Greg B. (1998) **Social responsibility and corporate web pages: Self-presentation or agenda-setting?**. *Public Relations Review 24(3): 305-319.*

FRAZON TERRA, Carolina. (2012). **Como identificar o usuáriomídia, o formador de opinião on-line no ambiente das mídias sociais.** Revista Internacional de Relaciones Públicas, Vol. II, N° 4, 73-96. Disponível em: <http://revistarelacionespublicas.uma.es/index.php/revrrpp/article/view/106>. Acesso em 18/06/2019.

FREITAS, Renata Suely de. **A Publicidade no contexto da comunicação organiacional: da identidade à imagem de marca.** 2013. 337f. Tese (Ciências da Comunicação - Área de Concentração: Comunicação Estratégica e Organizacional). Instituto de Ciências Sociais da Universidade do Minho, Braga, Portugal, 2013.

IASBECK, Luiz Carlos. Identidade organizacional e a construção dos discursos institucionais. In: KUNSCH, Margarida M. Krohling. (Org). **Comunicação Organizacional: linguagem, gestão e perspectivas.** v.2. São Paulo: Saraiva, 2009, p.7-29.

HELLÍN, P. **Publicidad y Valores Posmodernos.** Madrid: VisionNet, 2007.

HELLIN, P. ; PEREZ, C. **Valores Corporativos na Publicidade Contemporânea.** Pensamento & Realidade, v. 24, p. 33-50, 2009.

HOWE, Jeff. **O Poder das Multidões:** por que a força da coletividade está remodelando o futuro dos negócios. 2.ed. São Paulo: Elsevier, 2008.

KANEVA, N. **Nation Branding: Toward an agenda for critical research.** *International Journal of Communication 5 (2011), pages 117-141.*

KANTAR MILLWARD BROWN. 2018 **BrandZ Top 100 Global Brands.** Londres/Nova Iorque, 2018. Disponível em: <<http://online.pubhtml5.com/bydd/rxhd/>>. Acesso em 02/07/2018.

KIETZMANN, J., HERMKENS, K., MCCARTHY, I., SILVESTRE, B. *Social Media? Get Serious! Understanding the functional building blocks of social media. Business Horizon, [Indiana]*, v. 54, n. 3, p. 241-251, May/June 2011.

KLEIN, Naomi. **Sem Logo: a tirania das marcas em um planeta vendido**. 2.ed. Rio de Janeiro: Record, 2002.

KOZINETS, R. V. (2002). *The Field behind the screen: using netnography for marketing research in on-line communities. Journal of Marketing Research. V.49, 61-72.*

KUNSCH, Margarida M. K. **Planejamento de relações públicas na comunicação integrada**. São Paulo: Summus, 2003.

LEITE, Francisco. **As Circulações de Sentido da Publicidade Contratuitiva frente à Ameaça dos Estereótipos**. In: III Pró-Pesq PP - Encontro Nacional de Pesquisadores em Publicidade e Propaganda, 2012, São Paulo: Anais do III Pró-Pesq PP - Encontro Nacional de Pesquisadores em Publicidade e Propaganda., 2012, p. 650.

LEVITT, Theodore. **A imaginação de marketing**. São Paulo: Atlas, 1985.

McLUHAN, M. (1964) *The Gutenberg Galaxy: The making of Typographic Man*, Toronto: University of Toronto Press.

MUMBY, Dennis K. **Organizational Communication: A Critical Approach**. Thousand Oaks: Sage Publications, 2013.

PAVAN, Mariângela. **A Tattoobiografia na Praia de Pipa/RN**. In: IX Pró-Pesq PP – Encontro de Pesquisadores em Publicidade e Propaganda - 2018. São Paulo: Pró-Pesq PP - CRP/ECA/USP, 2018.

RESERVA. Especial namorados: a história de amor do Victor e do João. Revista-se de RESERVA, 2017. Disponível em: <<http://revista.usereserva.com/2017/05/26/especial-namorados-historia-de-amor-do-victor-e-do-joao/>>. Acesso em 08 de junho de 2018.

RIES, Al. **Prego e martelo**. In: Revista Update, n°. 384, p.13c, São Paulo, junho 2003.

SAAD CORRÊA, Elizabeth. **Precisamos refletir sobre influência na sociedade digitalizada**. Revista Commnicare. V. 17. Ed.especial de 70 anos da Faculdade Cásper Líbero, São Paulo: 2017.

TAJADA, LuisÁngel Sanz de la. **Integración de la identidad y la imagen de la empresa**. Madrid: ESIC, 1994.

TAVARES, Mauro. **Gestão de Marcas: Construindo marcas de valor**. São Paulo: Harbra, 2008.

TRINDADE, E. **Mediações e Mdiatizações do Consumo**. In: XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação - INTERCOM, 2014, Foz do Iguaçu. Anais XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação - INTERCOM. Comunicação Guerra e Paz. Foz do Iguaçu: INTERCOM, UNICENTRO, UDC, UNILA e PTI, 2014. v. 1. p. 1-15.

TRINDADE, Eneus. ; PEREZ, Clotilde . **O Lugar do Sujeito Consumidor entre Mediações e Mdiatizações do Consumo:** uma perspectiva latinoamericana. In: XXV Encontro Anual da Compós, 2016, Goiânia. Anais do XXV Encontro Anual da Compós. Goiânia: Compós/UFG, 2016. v. 1. p. 1-17.

VÁSQUEZ, Ruth Peralta. **Identidade de marca, gestão e comunicação.** Revista Organicom. São Paulo, ano 4, n. 7, jun/dez 2007, p. 198-211.

VILAR, María López; COVALESKI, Rogério Luiz. **Publicidade:** transmissora de valores políticos e socioculturais. In: XXVI Encontro da Compós, 2017, São Paulo SP. Anais do XXVI Encontro da Compós. São Paulo SP: Compós, 2017.

ZIMMERMANN, Daniel Dubosselard .**A Construção da Identidade do Público Single pela Televisão Brasileira.** 2006. 167 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Mercado). Faculdade Cásper Líbero: São Paulo, 2006.

ZIMMERMANN, Daniel Dubosselard; BENITES, Tatiana Pacheco .**Relações Públicas para alinhar o Marketing Comercial ao Institucional.**Communicare (São Paulo) , v. 8, p. 109-117, 2008.

ZIMMERMANN, Daniel Dubosselard; MEIRA, Karla de Melo Alves. **Levantamento Sistemático Longitudinal dos Estudos Científicos sobre a Influência da Publicidade de Marcas Corporativas na Formação da Agenda.** In: IX Pró-Pesq PP – Encontro de Pesquisadores em Publicidade e Propaganda - 2018. São Paulo: Pró-Pesq PP - CRP/ECA/USP, 2018.

CAPÍTULO 20

O JORNALISMO EM REDE: REFLEXÕES TEÓRICAS SOBRE A PRODUÇÃO DE NARRATIVAS NO ESPAÇO VIRTUAL

Paula Miranda, Professora assistente do Curso de Jornalismo, UniCarioca

Leonel Azevedo de Aguiar, Coordenador do Curso de Jornalismo, PUC-Rio

RESUMO

Este artigo tem como proposta realizar uma reflexão conceitual relativa ao jornalismo compartilhado via internet, incluindo a produção das suas narrativas. Para cumprir com este objetivo, faz um levantamento das pesquisas de autores que analisam estes conceitos e como eles acompanharam a evolução dos termos até a chegada da concepção do chamado jornalismo em rede. Em seguida, aprofunda este conceito diante das mudanças do fazer jornalístico. A metodologia utilizada foi a pesquisa bibliográfica.


PALAVRAS-CHAVE: Jornalismo em rede; jornalismo; teorias do jornalismo; internet.

INTRODUÇÃO

A tecnologia, por si só, não tem o poder de fazer a revolução em uma sociedade, mas possibilita mudanças de ordem econômica, política, ética e cultural, como também nas formas de administrar tempo e espaço. No mundo globalizado, tudo é rápido, ágil, fluido, exigindo uma nova organização do capitalismo na emergência de uma acumulação mais flexível do capital. A humanidade chega a uma etapa de sua história em que as tecnologias de geração de conhecimentos, de processamento de informações e de comunicação se tornam fontes de produtividade.

Com as mudanças, em especial na área tecnológica, diante do advento da internet, surgiram os conceitos de ciberespaço e cibercultura, procurando definir e compreender as implicações advindas das relações entre indivíduos através do computador, diminuindo distâncias e redefinindo conceitos. A internet abre inúmeras possibilidades nesse sentido, produzindo e divulgando as narrativas jornalísticas. Hoje, podemos ler reportagens e artigos em diversos veículos de comunicação, com diversas possibilidades de interações nos *sites* de notícias e nas redes sociais.

A proposta deste artigo é, através de uma pesquisa sobre os principais estudos teóricos sobre relação do jornalismo com a internet, rever os principais conceitos sobre o tema e destacar a visão do mais recente deles, o jornalismo em rede, sobre as mudanças nas rotinas




produtivas do jornalismo e nas relações entre jornalistas, organizações jornalísticas e seu público. Para todo o percurso teórico, foi utilizado o método da pesquisa bibliográfica para revisão dos trabalhos dos autores que lançaram conceitos e pesquisaram sobre o jornalismo na internet. A primeira parte do artigo aborda os conceitos de rede e jornalismo de referência para o entendimento do sentido de rede e como ela traz novas possibilidades de produção e transmissão de notícias nos principais veículos considerados de referência para vários meios de comunicação e os profissionais envolvidos nestas rotinas produtivas. A segunda parte discorre sobre os diversos conceitos como jornalismo *on-line*, jornalismo digital, jornalismo eletrônico, webjornalismo e ciberjornalismo e ainda sobre as principais características do jornalismo na internet como: hipertextualidade, interatividade, multimediação, personalização, instantaneidade e unicidade que serão explicadas com mais detalhes. A terceira parte apresenta o conceito de jornalismo em rede e como ele pode explicar as grandes mudanças que ocorrem nos processos de produção das narrativas jornalísticas.

A REDE E O JORNALISMO DE REFERÊNCIA

Para abordar o conceito de jornalismo em rede, um dos termos mais atuais empregados para designar o jornalismo praticado na internet e que foi selecionado e considerado adequado para as reflexões teóricas e análises deste trabalho, começamos com o conceito básico de rede. Castells define que a rede “é um conjunto de nós interconectados e nó é o ponto no qual uma curva se entrecorta. Concretamente, o que um nó é depende do tipo de redes concretas de que falamos” (1999, p. 566). As redes podem ser reais, como rodovias e ferrovias, ou as chamadas virtuais, como a internet. Os nós das redes podem ser representados por vários elementos do espaço, como centros urbanos, bolsas de valores, bancos e a imprensa, que abrange rádio, revistas, jornais, sistemas de televisão, *blogs* e *sites* de notícias. Por meio desses nós, estabelece-se uma ligação de fluxos de pessoas, mercadorias e serviços. No caso das redes de comunicação, o produto é a informação que, na era da Internet, chega à velocidade de um clique no mouse do computador. Essa flexibilidade da rede oferece uma ferramenta de grande ajuda para a compreensão das sociedades contemporâneas, que são movidas pela velocidade e a fluidez. Castells (1999, p.566) reforça o conceito, acrescentando que:

redes são estruturas abertas capazes de expandir de forma ilimitada, integrando novos nós desde que consigam comunicar-se dentro da rede, ou seja, desde que compartilhem os mesmos códigos de comunicação (por exemplo, valores ou objetivos de desempenho). Uma estrutura social com base em redes é um sistema aberto altamente dinâmico suscetível de inovação sem ameaças ao seu equilíbrio (CASTELLS, 1999, p. 566).




Quando se analisam o crescimento e a agilidade das redes, pode-se constatar que, diante da diminuição das distâncias, as redes contribuem para o surgimento de novos territórios que vão além dos delimitados por questões políticas, econômicas e culturais. As redes também apresentam uma hierarquia diante da concentração localizada da informação, que costuma estar nos grandes centros mundiais, nos quais os poderes hegemônicos tomam suas decisões. Por outro lado, diante de um mercado globalizado em constantes mudanças e das transformações da técnica, a hierarquia da rede nunca é estável.

A Internet traz inúmeras possibilidades de comunicação e as novas tecnologias deixam indícios na rede, por meio de diversos padrões de conexões. Isso possibilita a análise de como as interconexões acontecem no ciberespaço, inclusive nas redes sociais, nas quais os veículos de comunicação de massa encontraram um ambiente ideal para o compartilhamento das narrativas jornalísticas (no caso deste trabalho, sobre animais). Segundo Recuero, “estudar redes sociais, portanto, é estudar os padrões de conexões expressos no ciberespaço” (2009, p. 22). Os elementos que formam uma rede social são os atores e as conexões. Os atores são os nós ou nodos que formam uma rede; ou seja, as pessoas. Diante do distanciamento nas relações mediadas pelo computador, os atores possuem identidades obtidas no ciberespaço. Os atores representam os nós e as conexões são o outro elemento que dá forma às redes sociais. Através das conexões, existem os laços sociais, a relação e as interações dos atores. A interação é “aquela ação que tem um reflexo comunicativo entre o indivíduo e seus pares, como reflexo social” (RECUERO, 2009, p. 31). Assim, ela mostra a natureza nas relações estabelecidas no espaço virtual.

Mesmo despertando opiniões opostas e polêmicas, uma coisa pode se afirmar sobre a Internet: ela muda o modo como as pessoas se comunicam, afetando a sociedade. O efeito dessas mudanças é imprevisível, porque, segundo Castells, “a Internet é uma tecnologia particularmente maleável, suscetível de ser profundamente alterada por sua prática social, e conducente a toda a série de resultados sociais potenciais a serem descobertos por experiência, não proclamados de antemão” (2003, p. 10).

Na dissertação de mestrado de Miranda (2011), é apresentada uma reflexão teórica sobre como a Internet redefiniu todos os processos de seleção e difusão da informação, trazendo novas possibilidades da relação com as fontes e o público. Segundo a autora, de fato, prever o futuro da Internet é uma tarefa delicada. Diante de suas características, a Internet tem uma geografia muito particular. Ela é formada por meio de redes e nós que processam e transmitem informações, mas essas mesmas informações são elaboradas por pessoas a partir




de lugares específicos. O ciberespaço é uma nova forma de espaço, mas não significa que os lugares possam desaparecer. Afinal, as conexões são realizadas a partir de lugares, onde existem pessoas e redes de computadores. A Internet cobre distâncias em menos tempo, possui territórios e fronteiras formados a partir de uma rede de usuários com interesses diversos (CASTELLS, 2003). Assim, mesmo que a informação seja passada através dos espaços virtuais, não podemos esquecer dos nós, os atores sociais que acabam formando o jornalismo em rede.

E dentro dessa rede, a economia não se organiza mais apenas em torno de bens físicos, mas sim a partir do conhecimento e da informação. Nesse contexto, poderíamos pensar que o chamado jornalismo de referência poderia sair ileso destas transformações já que seu produto principal sempre foi a informação. Aliás, neste artigo usamos termos como “Jornalismo de Referência, Imprensa de Referência ou Jornal de Referência”, pois são empregados “em investigações brasileiras como modo de delimitação de objeto de estudo, justificativa ou estratégia metodológica” (ZAMIN, 2014, p. 919). Segundo Amaral (2004), a imprensa de referência desenvolve-se a partir de “uma matriz racional-iluminista” (p. 35), que tem “compromissos mercadológicos” (p. 58-59) e pode ser definida como divulgadora dos fatos de interesse público, “evocando seu compromisso com a verdade dos fatos” (p. 58). Para Emediato (1996, p. 210), o jornal de referência é como guardião e porta-voz da democracia e “de tudo o que é pressuposto ser de interesse público”. Amaral (2004, p. 55) apoia essa afirmação, porque ressalta que:

o jornalismo de referência fala como um leitor do mundo público. A lógica autônoma (mas não a autonomia total) é mais evidente, pois ele é legitimado pela sociedade e presente no imaginário social como uma atividade que relata o cotidiano do mundo. Um jornal de referência, por mais voltado aos resultados econômicos que seja, não pode abrir mão da credibilidade (AMARAL, 2004, p. 55).

Para Imbert e Vidal-Beneyto (1986), esses veículos, que os autores chamam de jornal de referência dominante, têm atribuições como: serem considerados exemplos para os outros meios de comunicação; possibilitarem a presença e a expressão de grandes líderes políticos, de instituições sociais e associações representativas, e servirem externamente de referência sobre a realidade do país. Isso implica o direcionamento discursivo desses jornais, em um contexto internacional, quanto às relações internacionais, à diplomacia, à política e à economia externas (IMBERT; VIDAL-BENEYTO, 1986; MERRILL, 1991; MOLINA, 2007).



A questão da função política e social da imprensa é destacada por autores como Gomis (1987), que concebe o jornalismo como interpretação da realidade social e mediação entre os atores sociais. Segundo o autor, “a mediação política através da notícia se produz basicamente pela seleção e apresentação dos fatos” (GOMIS, 1987, p. 148). Assim, o jornalismo de referência exerce uma mediação social por meio de suas narrativas, buscando assegurar, diante de qualquer desvio das instituições que devem ser responsáveis pelo equilíbrio das estruturas e dinâmicas sociais, a estruturação do espaço público pela informação, ou seja, possibilitando que os atores sociais tenham condições para refletir sobre o mundo onde vivemos.

Além disso, o jornalismo de referência pode ser um “aparato de poder” (IMBERT, 1992, p. 110), por meio de “um discurso de ordem ao qual se apresenta a si mesmo como detentor de poder (poder formal, ordenador de estrutura) e discurso institucional (sobre as instituições e discurso como instituição)” (IMBERT, 1992, p. 134). De acordo com Imbert e Vidal-Beneyto (1986), contribuem para a formação de uma “cidadania competente” por meio da narrativa jornalística que publica questões de interesse público.


Assim, após um breve esclarecimento sobre jornalismo de referência voltamos a questão de uma economia organizada a partir do conhecimento e da informação que são amplamente disseminados nas redes. E, nesse cenário, como é a relação do jornalismo com a internet? A partir destas reflexões, segundo Primo (2011, p. 131), a chamada “fábrica jornalística” que é formada nas estruturas das redações como rotativas, estúdios, antenas e todos os equipamentos que estão nestes locais e só “podia ser possuída por poucos e abastados empresários” revela outras formas de produção e circulação da narrativa jornalística.

A produção e circulação de notícias dependia de caros meios de produção, de sistemas de logística e da divisão do trabalho de grandes equipes. Hoje, com o barateamento e simplificação das formas de publicação na Internet, a informação se desgarra do imperativo industrial. É através da potencialização da comunicação, dos afetos, do trabalho voluntário, dos movimentos de colaboração e das interações em redes que o jornalismo vai se transformando no contexto da cibercultura (PRIMO, 2011, p. 13).

Todas essas mudanças se destacam nas pesquisas sobre o jornalismo e a internet como temas, gerando uma série de conceitos importantes que serão abordados na seção a seguir.

JORNALISMO, INTERNET E SEUS DIVERSOS CONCEITOS


O jornalismo sempre foi dependente da tecnologia, como Traquina (2012) destaca sobre os avanços tecnológicos responsáveis pelo desenvolvimento e a expansão do jornalismo



no mundo: prensa, fotografia e telégrafo. Podemos dizer que a prensa popularizou o jornalismo e, com a constante modernização do parque gráfico, foi possível imprimir cada vez mais jornais com maior qualidade. A invenção da fotografia tornou possível para o público ver o acontecimento sob várias perspectivas. O telégrafo proporcionou o caminho para que as notícias percorressem grandes espaços em menos tempo. Com todo esse aparato, a imprensa cresceu e continua o aprimoramento de suas técnicas de trabalho. Como afirma Deuze: “a profissão conta com a tecnologia para a recolha, edição, produção e disseminação da informação” e “ainda tem permitido ao jornalismo se organizar a partir de um princípio básico: transmitir informações de maneira rápida” (DEUZE, 2001, p. 17). Nesse contexto de transformações tecnológicas na comunicação, a Internet revolucionou as rotinas de produção do trabalho jornalístico, possibilitando o aperfeiçoamento constante desse princípio, mesmo com os problemas de apuração das notícias diante da rapidez no fluxo de informações. As redações passaram por reformulações técnicas nas rotinas de produção para se adequarem às tecnologias, que continuam em processo de evolução. Nos anos 2000, a internet servia como plataforma para veiculação de textos de jornalistas que trocaram a mídia impressa pela *web*. Os *sites* dos jornais ainda eram reproduções da versão impressa na rede. Canavilhas (2001, p. 1) explica o que acontecia:

Marshall McLuhan afirmava que o conteúdo de qualquer *medium* é sempre o antigo *medium* que foi substituído. A Internet não foi exceção. Devido a questões técnicas (baixa velocidade na rede e interfaces textuais), a Internet começou por distribuir os conteúdos do meio substituído – o jornal (CANAVILHAS, 2001, p. 1).

Desde então, o jornalismo na rede foi estruturando uma identidade própria, evoluindo com a convergência midiática (JENKINS, 2009). Na tentativa de acompanhar e compreender essas mudanças, vários e diferentes conceitos surgiram para definir e explicar a relação do jornalismo com a internet. Carla Rodrigues é uma das autoras que discutem a dificuldade de definir e conceituar o jornalismo na internet, o qual traz constantes transformações no exercício da profissão, nas técnicas de elaboração da notícia e no envolvimento com as outras mídias. A discussão sobre o envolvimento do jornalismo com a *world wide web* envolve, como destaca a autora, “o domínio da técnica, as peculiaridades do conteúdo, a complexidade no campo das fontes de notícias e as exigências na formação profissional” (RODRIGUES, 2009, p. 15). Nesse contexto, este artigo busca, através de uma revisão teórica, retomar alguns conceitos sobre o tema para refletir sobre as mudanças na visão sobre a relação entre jornalismo e internet que foi mudando a partir do ritmo de grandes saltos evolutivos das tecnologias de informação e comunicação até chegar nas discussões sobre o conceito mais recente que é o jornalismo em rede, empregado por Heinrich (2011), que está definindo o




jornalismo contemporâneo. Como vivemos em uma sociedade em rede (CASTELLS, 1999), o jornalismo não só reflete esse fenômeno como faz parte dele na contemporaneidade.

Antes de entender a formação de um jornalismo que se reorganiza para adequar suas produções ao grande fluxo de interatividade e conexão, é importante conhecer outras definições para esclarecer a visão sobre o jornalismo em rede. Além desse, entre os principais conceitos aplicados para denominar a relação do jornalismo na internet, existem: jornalismo *on-line*, webjornalismo, ciberjornalismo e jornalismo digital/multimídia. Mielniczuk (2003) propõe essas quatro denominações e ainda inclui o jornalismo eletrônico. De acordo com a pesquisadora, o jornalismo eletrônico seria o mais simples, porque se restringe ao uso de equipamentos e recursos eletrônicos. O jornalismo digital é relacionado à prática realizada no ambiente digital, sob a forma de dados binários. Para Machado, um dos autores que utiliza esse termo, ele “assinala a particularidade do suporte de transmissão que estrutura a codificação dos dados” (2000, p. 20) e “representa uma adaptação de uma modalidade específica de conhecimento da realidade à tecnologia de transmissão digital que codifica os sinais por meio de algoritmos decimais em unidades binárias” (2000, p. 8).

O ciberjornalismo é desenvolvido no ambiente do ciberespaço (LÉVY, 1999), com atualização contínua, armazenamento e recuperação de conteúdos que possibilitam a criação de narrativas hipertextuais e interativas. A ideia do jornalismo *on-line* tem como base a transmissão de dados em tempo real e em rede. O webjornalismo é aquele desenvolvido nas redes da internet. Vários autores discutem esses conceitos. Uma delas, Carla Schwingel, discorda dessa divisão feita a partir do processo de produção de notícias. Para ela, todas essas concepções acabam por se cruzar e dissolvem os limites entre todas no envolvimento do jornalismo com a internet (SCHWINGEL, 2012), uma ideia que pode ser considerada a partir da visão de diversos pesquisadores.

O termo jornalismo *on-line*, por exemplo, já foi usado por Massey e Levy (1999), Schultz (1999), Deuze (2001), Hall (2001), Silva Jr. (2001), Palácios (2003a), Pereira (2003), Matheson (2004), Adghirni (2004), Rodrigues (2009) e Barsotti (2017). Segundo esta última, é um conceito que ficou “datado porque nem todos os produtos jornalísticos produzidos requerem conexão com a internet para a leitura”. Afinal, podemos executar o *download* das edições por meio de aplicativos em *tablets* e *smartphones* para ler o material a qualquer momento, mesmo estando *off-line* (BARSOTTI, 2017, p. 200). O webjornalismo já foi tema de pesquisas de Canavilhas (2001, 2004, 2006), Mielniczuk (2004), Primo e Träsel (2006), Quadros (2005) e Dalmonte (2009). O ciberjornalismo foi utilizado por Salaverría (2004),



Noci (2008) e Schwingel (2012). Todos os dois termos ainda destacam uma separação entre os chamados ambientes reais e virtuais (LÉVY, 1993), ideia que é considerada ultrapassada, porque sabemos que esses ambientes sempre convergem de alguma forma. As interações de espaços físicos com virtuais ocorrem de diversas maneiras, como os endereços eletrônicos disponíveis em páginas impressas. O leitor pode ter acesso direto ao conteúdo de um veículo pela tecnologia do *QR code*, que é um código de barras em 2D que pode ser escaneado pela maioria dos aparelhos celulares com câmera fotográfica. Esse código, após a decodificação, passa a ser um trecho de texto e/ou um *link* que irá redirecionar o acesso ao conteúdo publicado em algum *site*.

A partir dos estudos e todo um esforço para conceituar o jornalismo na internet, Bardoel e Deuze (2001) pesquisaram e descreveram quatro de suas características, como hipertextualidade, interatividade, multimediação, personalização. Palácios (2003) destacou a memória/base de dados e, atualmente, já se chegou a sete características, contando também com a instantaneidade (BRADSHAW, 2014) e a ubiquidade trazida pelos dispositivos móveis (PAVLIK, 2014). A hipertextualidade, de acordo com Canavilhas, pode ser observada a partir da junção de “nós e *links*, ou seja, blocos informativos e hiperligações” (CANAVILHAS, 2014, p. 6). O hipertexto permite ao leitor desenhar seu próprio percurso de leitura dentro de uma rede mais ou menos complexa (LÉVY, 1993). A interatividade é característica que representa a comunicação mediada por tecnologias. Por exemplo: uma conversa entre alunos e professor numa sala de aula ou amigos num bar é interação; já a interatividade ocorre quando usamos aplicativos em um celular, enviamos um e-mail ou interagimos no WhatsApp. Na *web*, o leitor pode enviar formulários com comentários sobre uma notícia e ver suas observações colocadas imediatamente à disposição de outros leitores.

A personalização do conteúdo é possível na internet, porque permite que informações que os leitores buscam em determinados *sites* ou plataformas sejam gravadas para próximas pesquisas. Por exemplo, no Google, as pesquisas são salvas e, logo depois, surgem pesquisas relacionadas, sem precisar do esforço do usuário, que pode também se cadastrar e receber apenas as notícias selecionadas. A internet permite ainda a utilização conjunta de várias linguagens, para além do texto e das imagens estáticas presentes no jornalismo tradicional. Essa é a característica conhecida como multimediação. O jornalismo trabalha com a convergência de todas as mídias através do hipertexto – áudio, imagem estática (fotos) e em movimento (vídeos, *.gif*) – e ainda podemos dizer com o texto em papel (o conteúdo da internet frequentemente é impresso). A instantaneidade é a capacidade de transmitir um fato

no momento em que ele ocorre. Algumas falhas podem ser detectadas, principalmente diante da rapidez, já que muitas vezes a informação deixa de ser apurada de maneira mais completa.

Outra propriedade essencial do jornalismo na internet é a memória/base de dados. Ela reconfigura a gestão interna e externa do material jornalístico, permitindo a criação de produtos diferenciados, que não seriam produzidos em plataformas analógicas, pois poderiam implicar maiores gastos ou não seriam compatíveis com sua tecnologia. Segundo Machado (2003), cabe à base de dados: dar novas formas às estruturas das notícias; suportar modelos da narrativa multimídia; e armazenar conteúdos publicados. Nessa ideia, a configuração e a apresentação da notícia, além da recuperação de informações, podem ser feitas por meio de infinitas combinações entre os itens disponibilizados. Isso permite gerar mais conhecimento e novas tematizações para organização e apresentação dos conteúdos (PALÁCIOS, 2003). A amplitude de espaço facilita a produção de conteúdos diversos para públicos distintos e, dessa forma, a base de dados permite que cada usuário seja um produtor potencial de memória, de testemunhos (CANAVILHAS, 2004).


Diante de uma cultura conectada, marcada pela tecnologia *wireless* e pelo uso de mídias móveis, Pavlik (2014, p. 160) propõe a ubiquidade como o sétimo princípio do jornalismo na Internet. No sentido geral, ubiquidade é a capacidade de estar em todos os lugares ao mesmo tempo,

[...] no contexto da mídia, ubiquidade implica que qualquer um, em qualquer lugar, tem acesso potencial a uma rede de comunicação interativa em tempo real. Quer dizer que todos podem não apenas acessar notícias e entretenimento, mas participar e fornecer sua própria contribuição com conteúdos para compartilhamento e distribuição global. Além disso, o conteúdo noticioso emana de uma variedade de fontes cada vez mais ubíquas, incluindo câmeras de segurança ou vigilância bem como sensores de muitos tipos e formatos, frequentemente ligados à Internet (PAVLIK, 2014, p. 160).

Como foi abordado, todos esses conceitos partiram de estudos que acompanharam as mudanças nas tecnologias de informação e comunicação e como tudo isso trouxe reflexões e novas possibilidades para o jornalismo praticado via rede. Na próxima seção deste artigo, abordaremos o conceito, considerado o mais atual nessas pesquisas sobre o tema.

O JORNALISMO EM REDE

Após todo o percurso teórico sobre os diversos conceitos e características do jornalismo na internet, é a vez do jornalismo em rede. O termo foi adotado no livro *Network Journalism* (HEINRICH, 2011). Em sua pesquisa e em suas análises, a autora alemã vai além do trabalho dos autores já citados e ignora os limites entre todas as concepções do jornalismo




na Internet. Ela destaca que o jornalismo em rede apresenta a visão das organizações jornalísticas como nós de uma rede da qual fazem parte os cidadãos comuns, as fontes, os jornalistas independentes, blogueiros e vários atores sociais, sendo notada a participação cada vez maior de produtores e distribuidores de notícias, sejam eles jornalistas profissionais ou não. Todos se conectam uns aos outros, produzem e trocam informações. Esse conceito vai além dos outros, porque, além das questões técnicas, aprofunda a noção do contexto social contemporâneo, em que os atores sociais vivenciam a cibercultura (LÉVY, 1999), a cultura participativa (JENKINS, 2009) e as mudanças na sociedade em rede (CASTELLS, 1999). Segundo Heinrich (2011, p. 61),

o jornalismo em rede é o conceito estrutural subjacente que se refere à organização estrutural e às conexões não apenas dentro de uma forma de jornalismo (por exemplo, impresso ou *on-line*), mas para os modos de conexão emergentes dentro de toda esfera do trabalho jornalístico. A tecnologia digital aumenta a captação de notícias, altera os modos de produção e impacta a divulgação da notícia não só para mídia *on-line*, mas para todas as plataformas jornalísticas que operam dentro da sociedade em rede. Os novos modos de conexão e fluxos de informação, por sua vez, influenciam a organização estrutural dos veículos jornalísticos, bem como o trabalho do dia a dia de recolher, produzir e divulgar notícias na esfera da rede global (HEINRICH, 2011, p. 61).

Mais do que nunca, as rotinas de produção jornalísticas envolvem a participação de vários atores sociais que se tornaram produtores e distribuidores de notícias, mesmo que muitos nem façam parte das equipes de profissionais das organizações jornalísticas. Heinrich (2011) destaca que cada um deles é um nó em uma densa rede de informações. Essa conexão entre eles acabou ganhando o nome de jornalismo em rede. E, por enquanto, é o conceito que procura explicar como estão ocorrendo essas mudanças importantes na forma de produzir as notícias, nas relações entre jornalistas e fontes e também com o público.

Sabemos que os valores-notícia são as qualidades da construção jornalística dos acontecimentos e eles se materializam na narrativa jornalística a partir da visão do jornalista. A seleção dos acontecimentos também depende de outros fatores como a linha editorial e as rotinas de produção das organizações jornalísticas. Bourdieu (1997, p.25) afirma que os jornalistas possuem “óculos especiais a partir dos quais veem certas coisas e não outras; veem de certa maneira as coisas que veem. Eles operam uma seleção e uma construção do que é selecionado”. Através dos “óculos” de Bourdieu, os jornalistas são os profissionais preparados para esta função. Mas o jornalismo em rede mostra a exigência de uma “revisão da forma organizacional do todo o sistema midiático”, como discorre Primo (2011, p.132). Isto porque antes as organizações jornalísticas seguiam fluxos controláveis e lineares de informação que ficaram caóticos com o advento da internet. Nesse cenário, os “óculos” de



Bourdieu estão sendo usados também pelo público, mesmo sem os saberes jornalísticos sobre a hierarquização da informação, as etapas de apuração e as técnicas necessárias para a produção das narrativas jornalísticas. Isso mostra, como ressalta Zago (2015), que essas relações podem contribuir com a ressignificação dos acontecimentos, pois no jornalismo em rede os usuários espalham o conteúdo, articulam esses conteúdos nas redes, atribuindo novos sentidos e perspectivas para o acontecimento.

Diante das possíveis contestações sobre o conceito de jornalismo em rede, que seria mais um entre outros, Barsotti (2017, p. 205) destaca que:

à primeira vista pode parecer que não há novidade no conceito de Heinrich em relação aos anteriores, que sempre contemplaram a interatividade como uma das características conformadoras do jornalismo contemporâneo. Entretanto, o grande ganho é que a autora enxerga o jornalismo em rede além da internet. Para ela, as transformações no jornalismo atingem o processo jornalístico como um todo, com impactos em todas as plataformas de distribuição, do impresso ao rádio, da televisão ao jornalismo *on-line*. Como todos estão em rede – fontes noticiosas, jornalistas e o público – todos influenciam e são influenciados pelos demais atores envolvidos no processo, independentemente do grau e do suporte. Portanto, o conceito de jornalismo em rede acaba com a oposição entre meios digitais e analógicos e abarca o jornalismo *on-line* (BARSOTTI, 2017, p. 205).

O trecho confirma que o conceito de jornalismo em rede busca mostrar a importância da configuração de uma *webinformativa* que se forma sem uma separação drástica do mundo real e virtual. Afinal, o público também participa da produção de conteúdo e os jornalistas, diante da reação da audiência, selecionam os acontecimentos para veicular as notícias nos meios digitais e analógicos. As organizações jornalísticas de referência selecionam os acontecimentos que mostram as notícias por meio de textos, imagens e som, em um espaço no qual todos se conectam e compartilham essas informações.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este artigo teve como proposta, utilizando a metodologia da pesquisa bibliográfica, apresentar e analisar o conceito de jornalismo em rede. Acreditamos que a utilização do conceito de jornalismo em rede pode servir para explicar as transformações contemporâneas nas práticas jornalísticas, demonstrando as mudanças estruturais que acontecem nos processos de produção das informações jornalísticas. Na primeira parte, o artigo abordou os conceitos de rede e jornalismo de referência. O objetivo foi compreender como a rede mundial de computadores abre novas possibilidades de produção e transmissão de notícias para os jornais considerados referência no campo jornalístico. A segunda parte desse trabalho apresentou, de modo sucinto, os conceitos de jornalismo *on-line*, jornalismo digital, jornalismo eletrônico, webjornalismo e ciberjornalismo, além de explicar as principais características do jornalismo

na internet, tais como: hipertextualidade, interatividade, multimediação, personalização, instantaneidade e unquidade.

Sabemos que o futuro da internet é uma incógnita, pois as mudanças tecnológicas são tão rápidas e, muitas vezes, imprevisíveis. Evidentemente, essas mudanças também atingem o jornalismo que sempre foi dependente das novas descobertas tecnológicas em toda a sua história de consolidação e expansão pelo mundo. Afinal, o que seria do jornalismo sem a prensa, a fotografia e o telégrafo? E também sem a luz elétrica, o telefone, o rádio, a televisão e o computador que ainda trouxe a internet nos processos de evolução das tecnologias de informação e comunicação? É inegável que a tecnologia é a grande disseminadora das técnicas jornalísticas pelo mundo. Mas é essencial entender que a configuração de um sistema de produção de informações mudou e continua em processo de transformações estruturais. Por esse motivo, acreditamos que jornalismo em rede é o conceito que, no momento, ajuda a compreender melhor essas mudanças contemporâneas no processo de processo da informação jornalística.

REFERÊNCIAS

ADGHIRNI, Zélia Leal. Valores-notícia e credibilidade no jornalismo on-line. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISADORES EM JORNALISMO- SBPJor, 2., 2004, Salvador. **Anais**. Salvador: SBPJor, 2004.

AMARAL, Márcia. **Lugares de fala do leitor no Diário Gaúcho**. 2004. Tese (Doutorado em Comunicação e Informação) – Programa de Pós-graduação em Comunicação e Informação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2004.

BARDOEL, Jo; DEUZE, Mark. Network Journalism: Converging Competencies of Old and New Media Professionals. **AustralianJournalismReview**, v. 23, n. 3, 2001.

BARSOTTI, Adriana. **Primeira página: do grito no papel ao silêncio no jornalismo em rede**. 2017. 325 f. Tese (Doutorado em Comunicação). Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, PUC-Rio, Rio de Janeiro, 2017.

BOURDIEU, Pierre. **Sobre a televisão**. Rio de Janeiro: Zahar, 1997.

BRADSHAW, Paul. Instantaneidade: efeito da rede, jornalistas mobile, consumidores ligados e o impacto no consumo, produção e distribuição. In: CANAVILHAS, João (Org.). **Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença**. Covilhã: LivrosLabcom, 2014. pp. 111-136.

CANAVILHAS, João. **Webjornalismo: considerações gerais sobre jornalismo na web**. Covilhã: BOCC – Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação, 2001.

_____. **A Internet como memória.** Covilhã: BOCC – Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação, 2004.

_____. **Webjornalismo:** da pirâmide invertida à pirâmide deitada. Covilhã: BOCC– Biblioteca Online de Ciências de Comunicação, 2006.

_____. **Webnotícia:** proposta de modelo periodístico para la WWW. Covilhã: Livros LabCom, 2007.

_____. Contribution to and Online Journalism Language: Multimedia Grammar. In: SIAPER, E.; VEGLIS, A. (Orgs.). **The Handbook of Global Online Journalism.** Malden; Oxford: Wiley-Blackwell, 2012a. pp. 353–372.

_____. Do jornalismo online ao webjornalismo: formação para a mudança. **Comunicação e Sociedade,** São Paulo, v. 9, n. 10, p. 113-119, 2012b.

_____. (Org.). **Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença.** Covilhã: Livros Labcom, 2014.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede.** 6.ed. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

_____. **A galáxia da internet:** reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.

DALMONTE, E. **Pensar o discurso no webjornalismo:** temporalidade, paratexto e comunidades de experiência. Salvador: Edufba, 2009.

DEUZE, Mark. Online journalism: Modelling the first generation of news media on the World Wide Web. **First Monday.** Chicago, v. 6, n. 10, 2001.

EMEDIATO, Wander. **Análise contrastiva da configuração linguístico-discursiva de títulos de jornais brasileiros:** o jornal de referência e o jornal popular. 1996. Dissertação (Mestrado em Letras) – UFMG, Belo Horizonte 1996.

GOMIS, Lorenzo. **El mediomedia.** Cómo se forma el presente. Barcelona: Mitre, 1987.

HALL, J. **Online Journalism – a critical primer.** London: Pluto Press, 2001.

HEINRICH, Ansgard. **Network Journalism:** journalistic practice in interactive spheres. New York: Routledge, 2011.

IMBERT, Gérard. **Los Escenarios de la violencia: conductas anómicas y orden social en la España actual.** Barcelona: Icaria, 1992.

IMBERT, Gérard; VIDAL BENEYTO, José (Org.). **El País o la referencia dominante.** Barcelona: Mitre, 1986.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência.** 2.ed. São Paulo: Aleph, 2009.

LÉVY, Pierre. **O que é o virtual.** São Paulo: Ed. 34, 1993.

_____. **Cibercultura**. São Paulo: Ed. 34, 1999.

MACHADO, Elias. **La estructura de la noticia en las redes digitales: un estudio de las consecuencias de las metamorfosis tecnológicas en el periodismo**. Tese (Doctorado en Periodismo y Ciencias de la Comunicación), Universidad Autónoma de Barcelona, Barcelona, 2000.

_____. **Ciberespaço como fonte para jornalistas**. Salvador: Calandra, 2003.

MASSEY, B.; LEVY, M. Interactivity, on-line journalism and English-language web newspapers in Asia. **Journalism and Mass Communication Quarterly**, Thousand Oaks, v.76, n.1, p.138-151, 1999.

MATHESON, D. Weblogs and the epistemology of the news: some trends in online journalism. **New media & society**. London, v.6, n.4, p. 443-468, 2004.

MERRILL, John C. **La comunidad periodística de Iarazón**. In: El País, Tribuna, España, 13 out. 1991.

MIELNICZUK, Luciana. **Jornalismo na web: uma contribuição para o estudo do formato da notícia da escrita hipertextual**. 2003. 289f. Tese (Doutorado em Comunicação) – Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal da Bahia. Salvador, 2003.

_____. **Webjornalismo de Terceira Geração: continuidades e rupturas no jornalismo desenvolvido para a web**. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 27, 2004, Porto Alegre. **Anais**. Porto Alegre: Intercom, 2004.

MIRANDA, Amli Paula Martins de. **Análise do potencial das redes de informações turísticas nos sites dos governos do Brasil e da Bolívia**. 2011. 163f. Dissertação (Mestrado em Geografia). Programa de Pós-Graduação em Geografia. Universidade Federal de Mato Grosso, Cuiabá, 2011.

MOLINA, Matías. **Os melhores jornais do mundo: uma visão da imprensa internacional**. São Paulo: Globo, 2007.

NOCI Javier Diaz. Definición teórica de las características del ciberperiodismo: elementos de la comunicación digital. **Doxa comunicación**, Madrid, n. 6, p. 53-91, 2008.

PALÁCIOS, Marcos. Ruptura, Continuidade e Potencialização no Jornalismo Online: o Lugar da Memória. In: MACHADO, E.; PALACIOS, M. (Orgs.). **Modelos do Jornalismo Digital**. Salvador: Calandra, 2003.

PAVLIK, John V. Ubiquidade: o 7º princípio do jornalismo na Era Digital. In: CANAVILHAS, João (Org.). **Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença**. Covilhã: Livro Labcom, 2014. p. 159-184.

PEREIRA, F. **O jornalista on-line: um novo status profissional?** Uma análise sobre a produção da notícia na internet a partir da aplicação do conceito de ‘jornalista sentado’. Dissertação (Mestrado em Comunicação), Universidade de Brasília, Brasília, 2003.

PRIMO, A.; TRÄSEL, M. Webjornalismo participativo e a produção aberta de notícias. **Contracampo**(UFF), Niterói, v. 14, p. 37-56, 2006.

PRIMO, Alex Fernando Teixeira. Transformações no jornalismo em rede: sobre pessoas comuns, jornalistas e organizações; blogs, Twitter, Facebook e Flipboard. **Intexto**, Porto Alegre, v.2, n.25, p.130-146, 2011.

QUADROS, C.I. A participação do público no webjornalismo. **Revista da ECompós**, v. 4, 2005.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

RODRIGUES, Carla. Ainda em busca de definições para o jornalismo on-line. In: _____.(Org.). **Jornalismo on-line: modos de fazer**. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio: Editora Sulina, 2009, p.13-34.

SALAVERRÍA, Ramón. Diseñando lenguaje para el ciberperiodismo. **Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación**, Quito, n. 86, 2004.

SCHULTZ, T. Interactive options in online journalism: a content analysis of 100 US newspapers. **Journal of Computer-Mediated Communication**, Hoboken, v. 5, n. 1, 1999.

SCHWINGEL, Carla. **Ciberjornalismo**. São Paulo: Paulinas, 2012.

SILVA JR., J. A. Do hipertexto ao algo mais: usos e abusos do conceito de hipermídia pelo jornalismo on-line. In: LEMOS, André; PALÁCIOS, Marcos (Orgs.) **Janelas do Ciberespaço**. Porto Alegre: Sulina, 2001, p.128-139.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo: porque as notícias são como são**. 3.ed. Florianópolis: Insular, 2012.

ZAMIN, Ângela. Jornalismo de referência: o conceito por trás da expressão. **Revista Famecos**, Porto Alegre, v. 21, n.3, p. 918-942, set/dez, 2014.

CAPÍTULO 21

A IGREJA E O FENÔMENO DIGITAL EM TEMPOS DE PANDEMIA: UM ESTUDO DE CASO NO AMAZONAS

Marcelo Alves da Silva, Graduado em Psicologia pela (UNINORTE-AM), Mestre em Teologia pela Faculdade Teológica Batista do Paraná (FABAPAR-PR)

Viviane Simas da Silva, Graduada em Direito (CIESA), Mestranda em Direito Ambiental (UEA)

RESUMO

Com a chegada da pandemia por Covid-19 em março de 2020, o fenômeno da mídia ganhou mais velocidade no aspecto da influência no comportamento das pessoas, tornando-se cada vez mais popular. Com templos fechados e fieis em casa, líderes e organizações religiosas redescobriram esse “nicho” de alcance imensurável. Atualmente a tecnologia está presente em todas as coisas, quebrando paradigmas, mudando comportamentos, parecendo ter chegado para ficar de uma vez para sempre. A pandemia obrigou a sociedade a se distanciar e, assim, como em todas as esferas da sociedade, esta realidade impactou diretamente nas comunidades religiosas, com templos fechados, aglomerações proibidas e programações canceladas. Imediatamente, muitos migraram para o modal digital com vistas a atender ao seu público. Portanto, este trabalho objetiva descrever por meio de um estudo de caso o comportamento dos usuários digitais, membros ou próximos às organizações sobre a aceitação das atividades no modal digital oferecidas nas mídias sociais. Este estudo de caso divide-se em três seções, sendo a primeira uma referência aos dez mandamentos em tábuas de pedra e a internet dos dias atuais. Na segunda, é apresentado o conceito de Ecologia de Mídia. E na terceira, aborda-se panoramicamente sobre a relevância dos modais digitais para as organizações religiosas no Amazonas.

Palavras-chave: Igreja. Internet. Modal digital. Ecologia de mídia

INTRODUÇÃO

Inegavelmente vivemos em uma sociedade de constantes mudanças. O modo de comunicar, de aprender e ensinar dramaticamente tem-se modificado cada vez mais rápido. A expressão em latim “tempura mutantusnos et in ilis”, diz que “os tempos mudam e nos mudamos com ele”. Vinte anos depois da virada do milênio, novas “modalidades” de comunicação não param de surgir. A expansão da tecnologia parece não ter limites, apresentando modais cada vez mais diferentes e criativos. A tecnologia nunca foi tão procurada quanto no tempo atual.

Em 2020, em tempos de pandemia mundial, centenas de milhares de pessoas estão utilizando o modal digital para estudar, trabalhar, fazer movimentações bancárias, comprar

alimentos, freqüentar salas com programações diversas das inúmeras organizações religiosas, etc. Com o advento da pandemia o fenômeno das transmissões digitais rapidamente se popularizou entre líderes e organizações religiosas. São cultos, missas, aulas e celebrações diversas que migraram ao modal digital, em função do isolamento social. Hoje, independentemente da idade, faz-se necessário adaptar-se o mais rápido possível aos novos tempos em que vivemos.

DESENVOLVIMENTO

Das tábuas de Pedra à internet

Sabidamente, para haver comunicação é necessário de pelo menos três atores: um emissor, o modal de comunicação escolhido e o receptor desta mensagem. Assim nota-se que comunicar não se trata apenas de verbalização de pensamento, seja falado ou escrito¹⁹. Sobre modais de comunicação, foram encontrados registros de escrita da civilização Sumeri, no período de 4.000AC²⁰ a 3.000AC, seguidos pelos egípcios, com seus famosos hieróglifos (período a partir de 3.000AC). Os hieróglifos eram sinais sagrados gravados (do grego *hieros*, “sagrado”, e *glyphēin*, “gravar”) que os egípcios consideravam ser a fala dos deuses (...) essa era uma escrita de palavras²¹.

No aspecto teológico, Deus é relacional, escolheu um povo para comunicar a sua Palavra. No tempo de Moisés Deus se revelou a ele na sarça que ardia mas não se consumia e deu-lhe uma tarefa – comunicar a Faraó que ele deveria libertar o Seu povo, para que pudessem adorá-lo no deserto²², prometendo conduzi-los e inseri-los na terra prometida. No deserto, Deus entregou a Moisés e ao seu povo a sua Lei, impressa em tabuas de pedras (gravada para sempre), comunicando a sua vontade ao seu povo²³. Nos tempos atuais Deus continua a convocar pessoas para cumprir seus propósitos de comunicação da sua palavra, hoje com mais possibilidades de alcance de massa devido aos avanços tecnológicos.

Com o passar dos séculos os modais de comunicação foram se aperfeiçoando. Da tradição oral para escrita. Do telegrafo para o telefone. Do rádio para a televisão. Da máquina de escrever com fita e papel para o teclado e monitor de computador. Da carta escrita e selada

¹⁹ SILVA, 2016.

²⁰ BARBOSA, 1991, p.35.

²¹ HIGOUNET, 2003, p. 37

²² Cf. Êxodo 3.1-6

²³ Cf. Êxodo 19. Os 10 mandamentos tinham o objetivo de regulamentar duas coisas: a primeira a relação do homem com Deus (sentido vertical); e a segunda a relação do homem com o próximo (sentido horizontal).

no correio para o e-mail e mensagem de texto. Do e-mail para as mensagens de whatsapp. Dos livros físicos para os PDF, lidos em tablets e celulares.

A partir do desenvolvimento das tecnologias da informação e comunicação, sobretudo da televisão e internet, observou-se o crescimento exponencial do fenômeno da utilização dos veículos de comunicação e demais plataformas de mídia para exposição dos diversos tipos de crenças, como forma de captação e “fidelização” usuários através de práticas do cotidiano como assistir à TV ou conectar-se à internet.

De acordo com Barros²⁴, a concentração de religiões, igrejas e ordenamentos nos veículos de comunicação do Brasil segue um padrão desenvolvido nos Estados Unidos, a partir do rádio. Desde então, verifica-se esse fenômeno da evangelização através de meios eletrônicos, como rádio, televisão e internet.

De acordo com a tabela abaixo podemos citar eventos significativos nessa transição ou evolução do Arpanet²⁵/ Internet.

Tabela 1: Evolução da Internet no mundo

Ano	Evento
(1969)	A configuração inicial da Arpanet com apenas 4 nodos ²⁶ e que, entraram oficialmente em operação (todos os quatro)
(1970)	Implementação do protocolo de controle das comunicações na rede, denominado Network Control Protocol –NCP. A partir de então, os IMPs começaram a ser desativados nos Hosts.
(1982)	o NCP substituído pelo conjunto de protocolos TCP/IP, em 1982. Sendo o padrão até hoje para a Internet.
(1971)	Ocorreu a primeira transmissão de correio eletrônico (e-mail), o qual se tornou, essencial na comunicação e no o trabalho.
(1973)	A Arpanet era composta por mais de 40 computadores Hots conectados.
(1977)	A Arpanet era composta por mais de 100 computadores Hots conectados.
(1984)	Passou de 1000 computadores conectados. foi instituído o uso do DNS (Domain Name Server), que permitiu aos usuários usarem nomes significativos, como www.CM2V.com.br em vez de endereços numéricos, como: 255.125.10.200 .
(1984 em diante)	Não foi mais possível mapear os nodos e suas interligações
(1990)	A Arpanet deixa de existir e a rede, já estava com mais de 300.000 hosts, passando a ser denominada Internet.
(1991)	Surge a WWW – World Wide Web. O conceito e implementação da WWW permite um crescimento exponencial de usuários da Internet, pelas possibilidades de obtenção de informações e realização de negócios de forma rápida e flexível.
(1992)	A Internet alcança mais de 1 milhão de hosts interligados e cerca de 600 sites WWW; surge o navegador – um programa que facilita o acesso a sites WWW. Este programa, chamado pelos criadores de Mosaic foi o precursor do Netscape e MS Explorer, tendo sido desenvolvido como interface gráfica para os usuários

²⁴ Barros, 2014.

²⁵ Nome atribuído a rede por ter sido financiada pelo Pentágono (DARPA). A substituição do nome para Internet aconteceu por volta de 1990, quando a Arpa se retirou do controle e financiamento.

²⁶ Nas ciências da computação (informática), é um componente que faz parte de uma rede. Na Internet, cada servidor constitui um nodo. Os computadores que fazem parte de uma rede também são nodos.

	acessarem os sítios WWW.
(1997)	Já contava com de 20 milhões de hosts conectados e cerca de 1 milhão de sítios WWW, em acelerado crescimento. Com a liberdade de conexão e dispersão mundial, fica quase impossível a contagem efetiva e real da quantidade de Hosts e sites conectados na rede.
(2001)	Uma estimativa de 275 milhões de hosts conectados.
(2007)	Cerca de 1,5 bilhão de usuários.

Fonte: CASTELLS, 2000; A Evolução histórica das comunicações, PDF.

Sabidamente a Internet é um dos principais elementos potencializadores do impressionante desenvolvimento da tecnologia de informação, possibilitando o rápido acesso e compartilhamento de informações que vão sendo minuto a minuto geradas pelos negócios, pesquisas e produtores individuais de informações. A exemplo disso, estudos, mensagens e aulas produzidas pelos líderes, ficam armazenadas nas plataformas para posterior acesso. Assim quanto mais acesso ao conteúdo, mais popular se torna.

2.2 Apontamentos sobre a Ecologia da Mídia

No início deste artigo foi apresentado que a sociedade está mudando dia a dia. Atrelado a isso, a mídia tem um papel fundamental nestas mudanças em razão da influencia impactante na vida das pessoas. Grosso modo, o termo ecologia da mídia pode ser entendido como o campo que estuda as influencias da mídia sobre as pessoas. De acordo com Lance Strate, cofundador da *Media Ecology Association*:

A ecologia da mídia analisa a questão de como a mídia da comunicação afeta a percepção, a compreensão, o sentimento e o valor humanos; e como nossa interação com a mídia facilita ou impede nossas chances de sobrevivência. A palavra ecologia implica o estudo de ambientes: sua estrutura, conteúdo e impacto nas pessoas. Afinal, um ambiente é um sistema complexo de mensagens que impõe aos seres humanos certas maneiras de pensar, sentir e se comportar. Ele estrutura o que podemos ver e dizer e, portanto, fazer. Ele atribui papéis a nós e insiste em jogá-los. Ele especifica o que nos é permitido fazer e o que não somos. Às vezes, como no caso de um tribunal, sala de aula ou escritório comercial, as especificações são explícitas e formais. No caso de ambientes de mídia (por exemplo, livros, rádio, cinema, televisão, etc.), as especificações são mais freqüentemente implícitas e informais, meio ocultas pela nossa suposição de que o que estamos lidando não é um ambiente, mas apenas uma máquina. A ecologia da mídia tenta tornar essas especificações explícitas. Ele tenta descobrir quais papéis a mídia nos força a desempenhar, como a estrutura o que estamos vendo, por que a mídia nos faz sentir e agir como agimos²⁷.

Na perspectiva de entender como a tecnologia influencia o nosso comportamento e, inclusive os ambientes da igreja, precisamos destacar alguns conceitos básicos sobre o que a mídia representa e como ela funciona. 1. Tecnologia: Conjunto de princípios científicos e técnicos empregados pelo homem em todos os ramos de atividades para melhorar os padrões

²⁷POSTMAN, Neil, 2017.

de existência²⁸. 2. Meio de comunicação: o que ocorre “entre”, um meio, uma coleção de tecnologia aplicada para um determinado uso. 3. Mídia: Que designa os meios de comunicação (ou seu conjunto)²⁹.

2.3 A relevância dos modais digitais para organizações religiosas no Amazonas

Com a pandemia em curso o recurso encontrado por muitos líderes religiosos foi o da migração para o modal digital para continuidade de suas atividades ainda que a distância.

É importante destacar que este modal já existia, porém pouco explorado pela maioria antes do advento da pandemia por covid-19. Sobre o impacto nas igrejas batistas da CBA que migraram para o modal digital, o Pr. Claudio de Castro Fernandes, atual Presidente da Convenção Batista do Amazonas, considera o seguinte:

O impacto desse modal foi grande e parece que veio para ficar. É Semelhante a uma sentença que ouvi recentemente: “chegamos em 2030 antes da hora!”. O impacto é de alcance ilimitado e de fácil acesso. Já é e continuará sendo muito utilizado para a pregação e edificação da igreja. As pessoas no conforto de seus lares estarão ouvindo e aprendendo. Eu, por exemplo, tenho aproveitado para ouvir o grande mestre pr. Sayão enquanto faço algumas tarefas em casa. Ouvir um mestre desse nível, sem sair de casa é muito bom. Sentiremos a falta do calor humano da presença física. Esse modal digital vai ocupar um espaço significativo em nosso meio.

Nessa esteira de raciocínio a pandemia, assim como as “ondas do mar trazem coisas úteis para naufragos”, também trouxe consigo “nichos³⁰” significativos para líderes de organizações religiosas explorarem. Sobre a importância do modal digital para os pastores, o pastor Teodório Soares de Souza, atual Presidente da OPBB-AM, destaca o seguinte:


Com a paralisação dos cultos e reuniões nas dependências dos templos em função da pandemia, logo surgiram os cultos e reuniões on-line, quando alguns pastores e igrejas passaram usar a tecnologia. O modal digital se tornou uma ferramenta importante na manutenção dos cultos, das reuniões de oração e estudos. Portanto, pastores e igrejas precisam se qualificar e os membros e congregados se adaptarem a essa nova tendência, mesmo porque a sociedade está cada vez mais sem segurança nos templos (igrejas) e nas ruas. As pessoas não ficarão em casa somente pela doença, mas também pela falta de segurança, pela participação nas programações diversas, como cultos de celebrações, e de orações, de reuniões de departamentos e negócios. Surge um novo modelo de igreja, Em minha opinião as programações não devem ser muito extensas, exigem conteúdos de qualidade e uma dinâmica maior.

Hoje para fazer uma transmissão on-line basta possuir um celular, acesso à internet e uma conta nas diversas plataformas gratuitas existentes, como Facebook, Youtube, Instagram e muitas outras. A facilidade de transmissão, custo baixo para transmissão e público garantido são atrativos significativos na escolha de líderes e organizações religiosas, inclusive

²⁸ DICIONÁRIO DE NEGÓCIOS, 1995.

²⁹ Ibid.

³⁰ Segmentos ou públicos cujas necessidades são pouco explorados



Faculdades e Seminários, para migração a este tipo de modal de comunicação, ensino e aprendizado.

De acordo com o Pr. George Monteiro da Silva, atual diretor do Seminário Batista Eurico Nelson (SEBAEN),

Historicamente, o regime de aulas nos seminários teológicos batistas, pelo menos na realidade brasileira, grosso modo, tem sido presencial. Em anos recentes, algumas escolas de teologia têm se apropriado das tecnologias da informação, das plataformas educacionais e das mídias sociais, a fim de expandirem seus programas de ensino teológico. Com o advento da pandemia por Covid-19, a procura pelo modal digital se intensificou e se popularizou, forçando universidades, escolas e, por conseguinte, seminários e faculdades teológicas a se adaptarem. Portanto, o uso do modal digital é imperativo para aquelas instituições que quiserem continuar socialmente relevantes e adaptadas aos novos tempos.

A pandemia por Covid 19 está sendo um fator determinante para faculdades e seminários buscarem com mais celeridade a adaptação necessária à nova realidade do ensino/aprendizagem brasileiro, o Ensino a Distância (EaD), considerado por muitos como uma forma mais simples e prática de adquirir conhecimento.

Educação à distância é um modal que possibilita a auto-aprendizagem, com a mediação de recursos didáticos sistematicamente organizados, apresentados em diferentes suportes de informação, utilizados isoladamente ou combinados, e veiculados pelos diversos meios de comunicação. (BRASIL, 1998)³¹.

No século XXI, sobretudo nesse tempo de pandemia por Covid 19, esse conjunto de conhecimentos científicos (tecnologia) tem se popularizado no meio das organizações religiosas, nos cultos, missas e reuniões diversas esse meio de comunicação virtual cada vez mais tem ganhado espaço, tanto a distancia quanto presencialmente. Porém, será que há alguma contraindicação? Quais tipos de prejuízos podem ser apontados nesse modal de comunicação?

Sobre essas questões, o pastor e psicólogo José Amazonas Cavalcante Filho, da Igreja Presbiteriana Independente do Brasil, pontua o seguinte:

Entendo que esta ferramenta é muito importante, porém, não acho que seja a ideal. Em minha opinião é apenas um arranjo precário, mas que nos permite amenizar o problema do distanciamento social, mantendo algum tipo de comunhão. Espero que possamos retornar aos contatos pessoais porque o caráter humano e presencial das relações fraternas é essencial para a vida das pessoas na igreja.

Portanto, nessa esteira de pensamento, as relações pessoais de alguma forma também são afetadas, sendo o homem um ser relacional e afetuoso. Valendo ressaltar o que Atos 2.

³¹ BRASIL, Decreto 2.494, de 10 de fevereiro de 1998.

44,46, “e todos os que criam estavam juntos, e tinham tudo em comum [...] E perseverando unânimes, todos os dias no templo, partindo o pão em casa, comiam juntos com alegria e singeleza de coração”.

Consideradas as muitas diferenças entre os séculos, quer sejam de tecnologia, políticas públicas, direitos humanos e etc., o aspecto relacional presencial não muda. O aperto de mão, o abraço ou até mesmo o permanecer em silêncio, mas presente, promove grande diferença no aspecto psicológico de cada ser humano.

METODOLOGIA

Esta pesquisa caracteriza-se como um estudo de caso, e de acordo com Yin³², “o estudo de caso é uma investigação empírica que investiga um fenômeno contemporâneo dentro de seu contexto da vida real adequado quando as circunstâncias são complexas”. O enfoque é tanto qualitativo, pois “se fundamenta em uma perspectiva interpretativa centrada no entendimento do significado das ações de seres vivos, principalmente dos humanos e suas instituições”, destaca Sampieri.³³, quanto quantitativo, pois “tem suas raízes no pensamento positivista lógico, tende a enfatizar o raciocínio dedutivo, as regras da lógica e os atributos mensuráveis da experiência humana”, conforme Silveira et al³⁴.

A pesquisa foi realizada no período de 19 a 26 de junho de 2020. A metodologia utilizada para a elaboração deste estudo envolveu levantamentos de dados de caráter primário por meio de questionário online com perguntas fechadas e abertas, respondidas por líderes de organizações religiosas, membros e frequentadores dos espaços, que segue no (ANEXO 1), ao final do artigo, além de esclarecimentos sobre a ética da pesquisa (APÊNDICE 1). Os dados secundários foram obtidos por meio de consultas bibliográficas.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Os resultados foram analisados através das respostas do questionário online que pode ser consultado no endereço eletrônico disponibilizado³⁵, com o intuito de mensurar a aceitação e a importância do Ensino a Distância. A partir do formulário online, o qual fora disponibilizado na internet, foram respondidos 64.

³² YIN, 2005, p.32

³³ SAMPIERI et AL, 2013, p.34.

³⁴ SILVEIRA et al, 2009, p.33.

³⁵ https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfwoWOrC216pvfJMVkj9AyVS3K6jt9awZmcfIBdUjVIEoi_pg/viewform?usp=sf_link

A primeira pergunta informativa visou a identificação de membros e frequentadores de organizações religiosas. Das 64 respostas 95, 3% são membros de alguma organização religiosas, 3,1% identificaram-se como congregados e 1,6% não são membros de igreja.

A segunda questão visou identificar o nível escolar dos participantes. Houve 63 respostas. 71,4% com curso superior. 22,2% com nível médio. 3,2% com nível fundamental. E, 3,2% responderam “outra”.

A terceira questão buscou identificar a profissão dos respondentes, havendo 56 respostas. Foram diversas profissões elencadas e as respostas mais apontadas foram: 14,2% eram docentes, e 7,1% de pastores.

Sobre o sexo dos respondentes, 64 repostas. Sendo a maior participação de pessoas do gênero feminino, totalizando 57,8 %, e do gênero masculino, ,42,2% .

A faixa etária dos participantes, de 13 a 17 anos 1,6%; 18 a 35 anos 20,3%; de 35 a 45 anos 20,3%; de 46 a 60 anos 50%; e com mais de 60 anos 7,8%.

Após a identificação dos perfis dos respondentes, foram propostas questões fechadas como segue abaixo:

Sua igreja tem oferecido Escola Bíblica Dominical (EBD), programações diversas ou cultos no modelo digital? Houve 64 respostas: 79,7% responderam que sim. 20,3% responderam que não.

Quais plataformas você ou sua igreja tem usado: Youtube 46,7%; Facebook 2,7%; Whatsapp 15%; Instagram 1,7% ; outra 15%.

Com que frequência você participa das programações on-line? Sempre 75%; Nunca 3,3%; as vezes 21,7%.

Por que não participa? Houve 20 respostas: Não tenho acesso a internet 20%; 10% não gosto da modalidade digital; não me interessa 5%; 25% acompanho a programação de outras igrejas; outro motivo 40%.

Você acha que a modalidade digital de cultos e programações diversas é relevante para a sua igreja agora e depois da pandemia? Houve 64 respostas. Sim 81,3%; Não 1,6%; Acho que é relevante somente agora 15,6%; Não sei 1,6%.

A última questão permitia sugestões ou críticas para melhorar as programações digitais das igrejas. Houve 45 respostas, como segue:

Tabela 2: Resumo da Sugestões

Numero de respostas	Elogio ou critica ao modal digital
15	Muito prejuízo nos conteúdos recebidos devido ao sinal fraco de internet.
3	Mais participação do público geral da igreja
5	Melhorar os equipamentos
7	Mais criatividade nas programações (dinamismo)
2	Feedback mais efetivo aos conectados.
1	Muita distração com outros conteúdos na mídia
4	Estou satisfeito com o que está sendo oferecido
1	Mini cursos diversos de capacitação digital para terceira idade
2	Maior qualificação dos líderes e dirigentes na exposição dos conteúdos
1	Mais evangelização nas programações
2	Mais transmissões ao vivo e com mais musicas
2	Que haja mais igrejas aderindo ao modal digital

Fonte: o autor, 2020.

De acordo com as respostas apresentadas, o público que mais acompanha as transmissões é o feminino. Foi indicado também que quase 80% das organizações religiosas freqüentadas pelos respondentes, oferecem algum tipo de programação digital, o que ratifica o fenômeno da popularização digital. Assim, não apenas a sociedade está em um processo de mudança, mas a própria mídia também de maneira cada vez mais veloz atualmente. Castells³⁶ descreve a sociedade em rede como sendo cada vez mais um lugar de produção de conteúdos e não apenas de recepção.

Outro dado importante a ser destacado é que os respondentes são constantes na freqüência das programações digitais, o que pode ser considerado como fator relevante para um melhor preparo dos atores envolvidos na transmissão, para investir na qualidade dos equipamentos em uso e, sobretudo na capacitação e dinamismo necessário para quem oferece esse tipo de serviço.

Apenas 20% dos respondentes destacaram a falta de internet como fator determinante para o não acompanhamento das programações digitais das igrejas. Porém, na última questão conforme demonstrado na tabela 2, foram muitos os apontamentos sobre a perda de conteúdo devido a baixa qualidade ou pouca velocidade da internet, promovendo quedas no acesso, perda de qualidade e outros problemas gerados na recepção das programações.

³⁶CASTELLS, 2000, p.52.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo de caso, portanto, visa contribuir com um melhor entendimento sobre os efeitos da mídia sobre líderes e organizações religiosas, sobretudo no tempo de pandemia que tem assolado o nosso Estado o Brasil e o mundo. Além disso, propõem a líderes e organizações religiosas, caminhos de adaptação e melhorarias nos serviços de transmissão da mensagem de salvação.

O estudo também aponta que a modal digital tem contribuído com as grandes transformações educacionais, inclusive no sistema de ensino EaD dos cursos de teologia por faculdades e seminários nos últimos anos no Brasil, ofertando a possibilidade real de aprendizado aos vocacionados, formação e certificação, alcançando um público muito grande que outrora por uma gama de fatores não tinha acesso aos estudos presenciais exigidos para formação em um curso.

Vale ressaltar que a pesquisa realizada identificou que a grande maioria de usuários do modal digital está satisfeita com o oferecido no momento, destacando inclusive, que os líderes devem estar cada vez mais preparados para transmitir conhecimento substancial aos seus fies. Admite-se que esse tempo de pandemia mundial, impulsionou a inclusão digital dos mais carentes até as organizações mais abastadas, possibilitando o conhecimento e a acessibilidade dos canais de mídia, popularizando os diversos meios de comunicação tecnológicos.

Destarte, como fora dito anteriormente, mesmo considerando ou ainda não mensurando os prejuízos nas relações presenciais apontados no trabalho, para a grande maioria este parece ser um caminho sem volta e que deve ser objeto de capacitação de líderes e organizações religiosas, no intuito de aprimoramento, buscando estratégias para consolidá-las, apostando em suas próprias possibilidades, acreditando na evolução das relações interpessoais.

Portanto, a popularização do modal digital é um processo que veio descentralizar o acesso e possibilitar reais oportunidades de ensino e aprendizado para todos, sobretudo no que tange a exposição e compartilhamento da Palavra do Senhor, com intencionalidade, através dos meios tecnológicos mais avançados de comunicação, postos à disposição de líderes, organizações religiosas, faculdades, seminários ou simplesmente por curiosos sobre teologia. Esse processo de atividade discipuladora é motivada pela dinâmica tecnológica em constante mudança e por todos os atores que fazem parte dela.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARBOSA, José Juvêncio. *Alfabetização e Leitura*. São Paulo: Cortez, 1991.

BARROS, Bruno Mello Corrêa de. *Igrejas e os meios de comunicação: uma análise jurídica da convergência entre mídia e fé*. In XXI Seminário Internacional de Demandas Sociais e Políticas Públicas na Sociedade Contemporânea: VII Mostra de trabalhos jurídicos científicos, 2014. Disponível em: <https://docplayer.com.br/18501750-As-igrejas-e-os-meios-de-comunicacao-uma-analise-juridica-da-convergencia-entre-midia-e-fe.html>. Acesso em 29 de junho de 2020.

BRASIL, Decreto 2.494, de 10 de fevereiro de 1998. Regulamenta o artigo 80 da Lei n. 9.394, de 20 de dezembro de 1996, e dá outras providências. Diário Oficial da União. Brasília, fev. 1998.

CASTELLS, M. *O poder da identidade*. São Paulo: Paz e Terra, 2000.

DICIONÁRIO DE NEGÓCIOS. Rio de Janeiro: Expressão e cultura: EBID, 1995.

Evolução histórica das comunicações. Disponível em: http://www.gamaesouza.edu.br/site/ENADE/Redes/evolu%C3%A7%C3%A3o_hist%C3%B3rica_da_comunica%C3%A7%C3%A3o.pdf. Acesso em 29 de junho de 2020.

HIGOUNET, Charles. *História concisa da escrita*. 10ª edição - São Paulo: Parábola Editorial, 2003.

POSTMAN, Neil. *Whats is media ecology?* Em: <https://media-ecology.wildapricot.org/What-Is-Media-Ecology>. Acesso em 07 de julho de 2020.

SAMPIERI, R. H.; COLLADO, C. F.; LUCIO, M. P. B. *Metodologia de pesquisa*. 5 ed. Porto Alegre: Penso, 2013.

SILVA, Joel Severino da. *História da Comunicação e dos seus meios: um constitutivo pedagógico*. In anais do simeduc. Disponível em: <https://eventos.set.edu.br/index.php/simeduc/article/view/3308/1236>. Acesso em 04 de julho de 2020.

STRATE, L., 1999. Understanding MEA. Medias Res 1.

YIN, R. K. *Estudo de caso: planejamento e métodos*. Trad. de Daniel Grassi. Porto Alegre: Bookman, 2001.

CAPÍTULO 22

A UTILIZAÇÃO DO SOFTWARE PHL NA BIBLIOTECA DA EEEP RAIMUNDO SARAIVA COELHO

Maria Francimar Teles de Souza, Mestra em Gestão e Política da Educação, CLAEH
Johnnys Eliel Torcate, Mestre em História, URCA

RESUMO

A discussão a que se propõe esse artigo está relacionada ao uso do software phl©elysio - Personal Home Library na biblioteca da Escola Estadual de Educação Profissional Raimundo Saraiva Coelho. Com o objetivo de verificar os resultados qualitativos do uso desse software na biblioteca de nossa escola, realizamos uma pesquisa com dez por cento dos usuários que vêm fazendo uso desse software desde o início do ano de dois mil e dezessete e também uma pesquisa bibliográfica sobre o uso dos recursos tecnológicos nas bibliotecas utilizando autores como Côrteet al. (1999) e Moresi(2003) para fundamentar a pesquisa. Desde a sua instalação e uso na biblioteca, foi possível verificar maior agilidade nas rotinas administrativas como reserva, empréstimo e devolução de obras. A informatização dos processos possibilitou a padronização no atendimento aos alunos com a emissão da carteira de identificação com a matrícula de cada usuário, tornando o processo de identificação, cobrança de multa e resgate de obras em atraso mais rápido e eficiente. Além disso, phl©elysio gera etiquetas para identificação das obras e também para identificar as estantes de acordo com a classificação de cada obra. Foi apresentado como trabalho completo no CIETEnPED 2018, Congresso Internacional de Educação e Tecnologias e Encontro de Pesquisadores em Educação a Distância, que aconteceu no período de vinte e seis de junho a seis de julho, realizado pela UFSCar e parceiros, com o tema: Educação e Tecnologias, inovação em cenários de transição.


PALAVRAS-CHAVE: PHL,software,biblioteca.

INTRODUÇÃO

O uso dos recursos tecnológicos tem sido cada dia mais constante em quase todos os ambientes de trabalho. Nas escolas eles se fazem presentes no dia a dia dos educandos e educadores.

Na biblioteca da EEEP Raimundo Saraiva Coelho não é diferente, dispõe-se de computadores com acesso à internet e com diversas oportunidades para pesquisa. Como afirma Côrteet al. (1999, p.1) o uso de recursos tecnológicos na biblioteca “representa introduzir nova filosofia de trabalho, novos comportamentos e valores informacionais”.

E para facilitar o acesso aos livros e dinamizar a sistemática de empréstimos e devolução no início desse ano foi implantado o software phl©elysio - Personal Home Library. Por ser um software gratuito e ter muitas aplicabilidades tornou-se viável de ser utilizado. O



software possibilita não só o registro de livros, mas também de mapas, DVDs, CDs, teses, documentos em série como jornais e revistas.

É notório que grandes centros de pesquisas no Brasil e no mundo já têm seus acervos catalogados e disponibilizados por meio de tecnologias diversas. Portanto, ao se estabelecer uma rotina nas atividades relacionadas à biblioteca, conseqüentemente, se compartilha também uma “cultura” própria desses ambientes educacionais. Os alunos têm a oportunidade de, desde a Educação Básica, familiarizar-se com a dinâmica própria desses espaços.

METODOLOGIA

A pesquisa faz a abordagem tanto quantitativa como qualitativamente, analisando a opinião de um grupo de alunos usuários da biblioteca durante o ano de dois mil e dezessete, além de fazer uma pesquisa bibliográfica sobre esse software.

Com o intuito de analisar como a comunidade escolar está avaliando o uso do software PHL na biblioteca da EEEP Raimundo Saraiva Coelho fez-se a coleta de dados através da aplicação de um questionário, que de acordo com Moresi (2003) é um instrumento de coleta que se constitui por perguntas ordenadas e pré-elaboradas sistematicamente com itens da pesquisa, sejam elas abertas e/ou fechadas.

Para fazer essa análise realizou-se a coleta com dez por cento dos usuários da biblioteca da escola, que corresponde a um total de sessenta alunos, onde estão incluídos representantes de todas as turmas que vêm fazendo uso desse software desde o início do ano de dois mil e dezessete. Visto que o corpo discente da escola é composto por 514 alunos, a análise foi realizada por amostragem, a fim de podermos resolver prováveis problemas apontados pelos alunos em tempo hábil.

O SOFTWARE PHL

O próprio autor do PHL – Personal Home Library diz que ele é um software gratuito que incentiva e dar suporte às bibliotecas para sua implementação e utilização em estações monousuárias. Tem uma aplicação web desenvolvida que possibilita a administração de coleções e serviços de bibliotecas, centros de informações e museus, sem precisar de nenhum treinamento de seus usuários. Como tem código de acesso aberto, pode ser distribuído, copiado e melhorado pela comunidade ou qualquer pessoa que desejar.

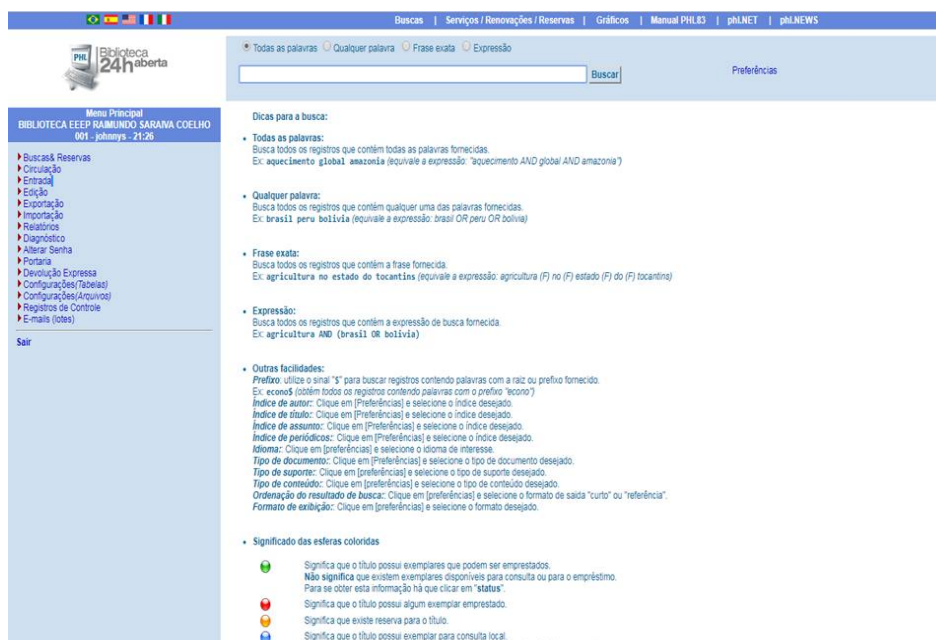
Foi idealizado pelo professor Elysio Mira Soares de Oliveira, Bibliotecário e Documentalista, como uma possibilidade para as bibliotecas e usuários com poucos recursos

(financeiro e de pessoal) e que têm interesse em organizar suas coleções, automatizar rotinas e serviços, bem como disponibilizar e/ou compartilhar seus catálogos através da Web.

Tem um padrão do registro baseado no formato UNISIST/Unesco, muito mais simples que os antigos formatos anglo-americanos* (MARC, USMARC, UKMARC, UNIMARC, MARC21, etc) e permite aos bibliotecários a descrição eficiente e precisa de qualquer tipo de informação independentemente de seu suporte. Com um formato moderno, de baixíssimo custo e implementação, tem comprovada eficiência e é adotado como padrão nos organismos internacionais e nas grandes redes mundiais de informações (BIREME, AGRIS, FAO, INIS, etc). Entretanto, a versão gratuita está disponível para uso em apenas um computador. O uso em rede só é possível com a devida licença.

Ele possibilita diversas atividades desde a pesquisa de informações sobre o acervo até a localização de obras, através de diversos tipos de buscas: podendo ser através de “todas as palavras”, “qualquer palavra”, “frase exata” ou “expressão”, como podemos perceber na Figura 1.

Figura 1. Imagem da tela de busca do software PHL.



Fonte: Personal Home Library, 2017.

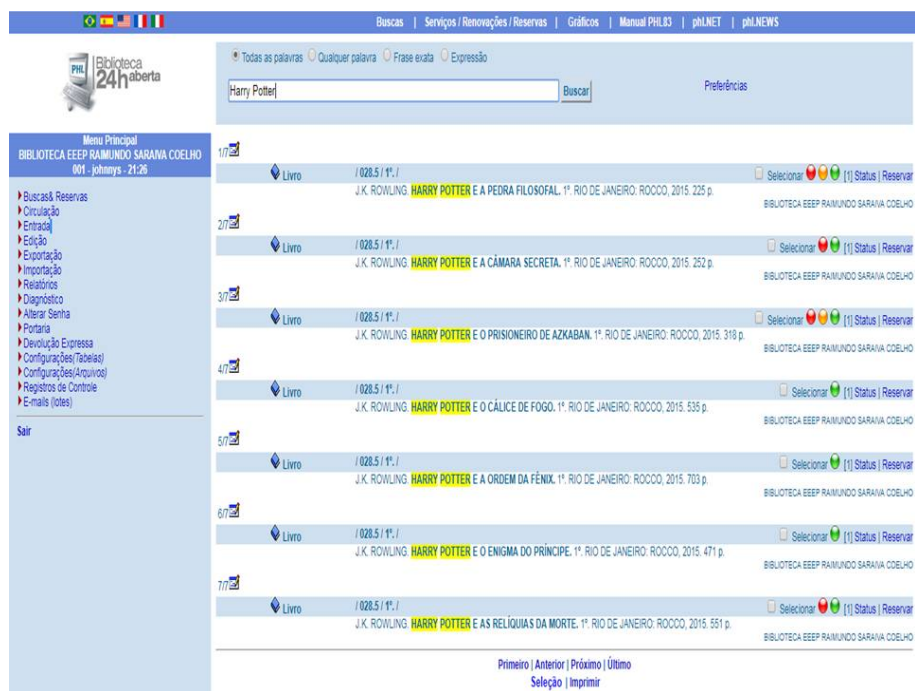
Essa busca rápida dá mais agilidade aos processos, facilitando o trabalho do bibliotecário e otimizando o tempo dos usuários, pois rapidamente se consegue localizar a obra desejada e sua disponibilidade, desde que esteja cadastrada no acervo.

Esse controle é feito no software através de uma legenda representada por esferas coloridas para indicar os status das obras:

A esfera verde 🟢 significa que existem exemplares disponíveis para empréstimo. A esfera amarela 🟡 indica que há reserva para este título referenciado. A esfera vermelha 🔴 significa que existe exemplar do título que está emprestado. A esfera azul 🔵 significa que existe exemplar de consulta local na biblioteca. O link "Status" traz mais detalhes sobre cada exemplar do título referenciado. (OLIVEIRA, 2001, s.p.)

Esses status poderão ser identificados na Figura 2:

Figura 2. Imagem da tela de busca do *software* PHL com *status* das obras.



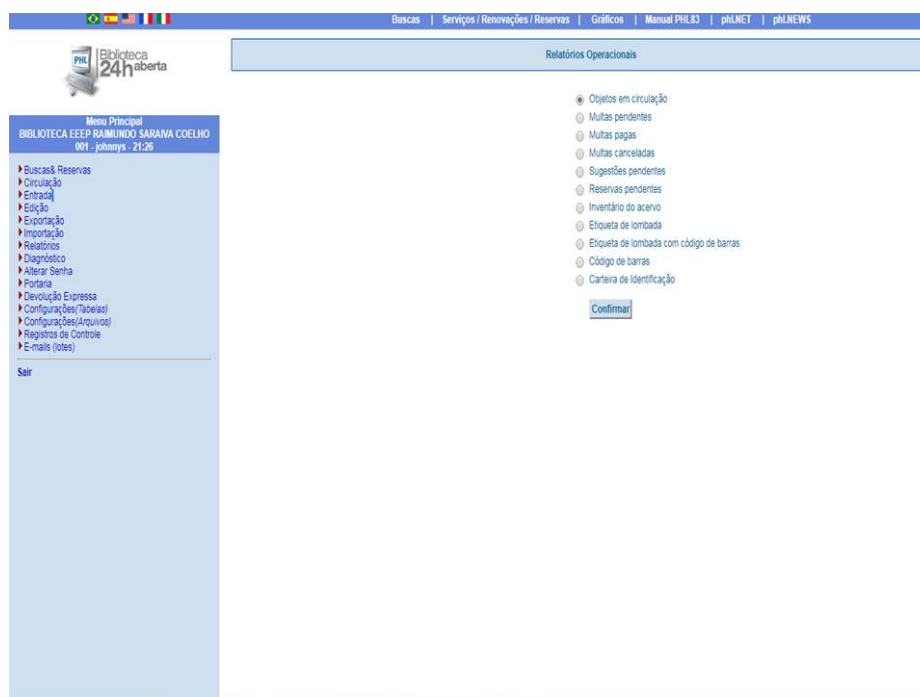
Fonte: Personal Home Library, 2017.

Além dessas opções, o formulário de busca apresenta opções para configuração da rotina de buscas através de preferências. “Para acionar o formulário de preferências de buscas, clique sobre o link [Preferências] que será apresentado um formulário de preferências” (OLIVEIRA, 2008, p.22).

São essas entre outras das funcionalidades do software PHL que permitem a circulação das obras com maior rapidez e de forma controlada, pois sempre ao pegarem os livros emprestados os usuários cadastrados recebem um comprovante único de empréstimo, mesmo sendo permitidos múltiplos empréstimos em uma mesma sessão, conforme ilustrado na Figura 3.

O *software* também permite emissão de diversos tipos de relatórios, como o que se observa na Figura 4.

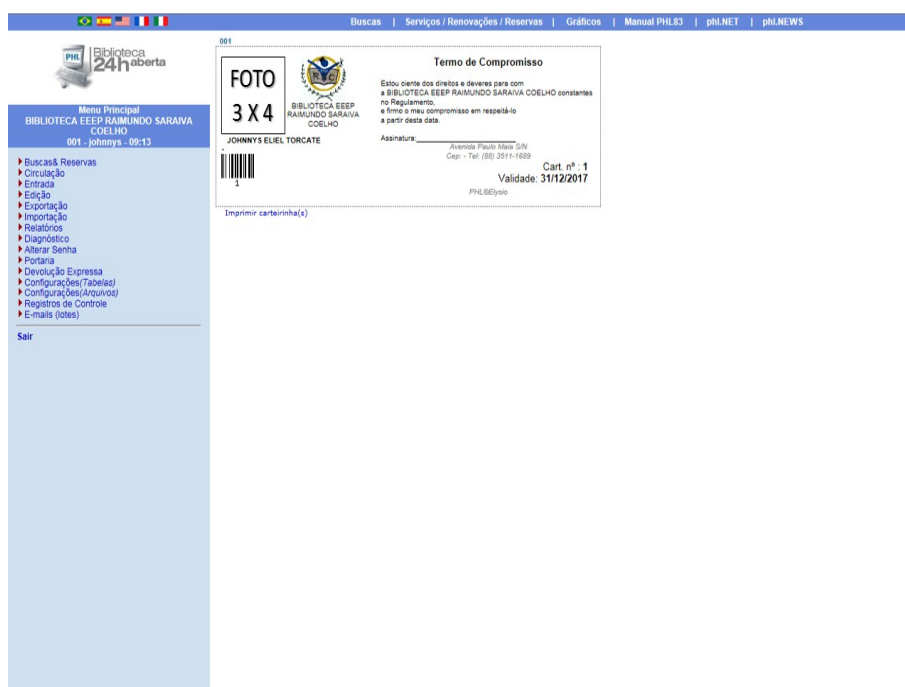
Figura 4. Imagem da emissão de diversos tipos de relatórios.



Fonte: Personal Home Library, 2017.

Esse *software* também permite emissão de carteiras de identificação personalizada, como podemos observar na Figura 5.

Figura 5. Imagem da emissão de identificação personalizada.



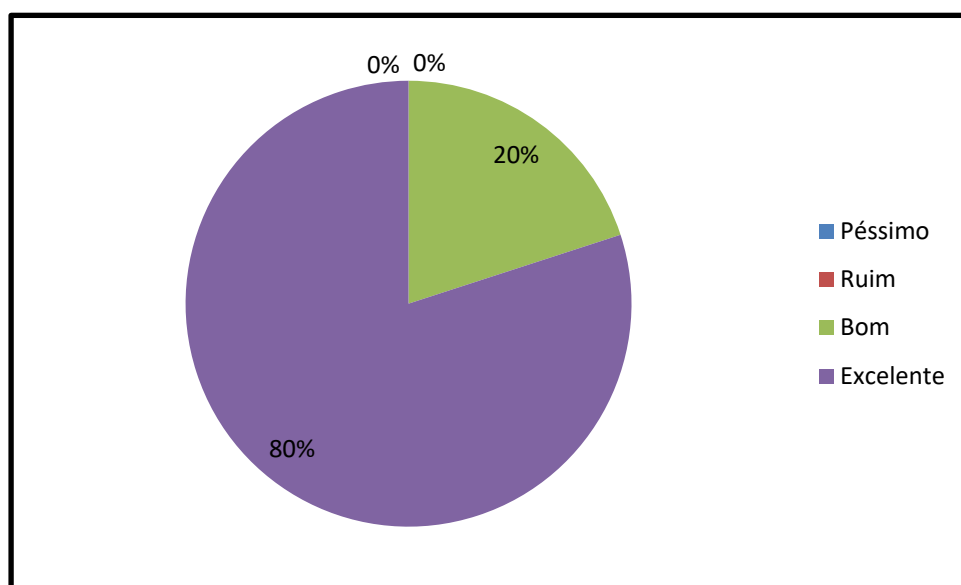
Fonte: Personal Home Library, 2017.

O SOFTWARE PHL NA EEEP RAIMUNDO SARAIVA COELHO

Utilização do PHL na gestão da biblioteca da EEEP Raimundo Saraiva Coelho

Quando questionados sobre como avaliam a utilização do software PHL na gestão da biblioteca, oitenta por cento dos usuários entrevistados responderam que consideram sua utilização excelente, enquanto apenas vinte por cento dos entrevistados responderam que o consideram bom. Desconsiderando as opções ruim ou péssimo, conforme podemos observar no Gráfico 1:

Gráfico 1: Avaliação do *software* PHL na gestão da biblioteca



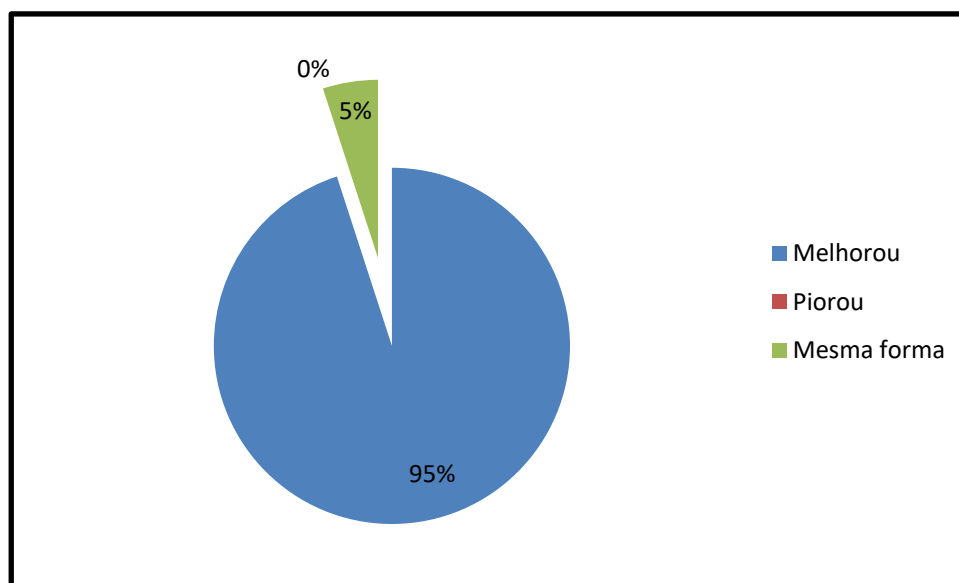
Fonte: Autoria Própria

Esses dados mostram que os usuários da biblioteca da EEEP Raimundo Saraiva Coelho estão satisfeitos com a utilização desse software e isso tem auxiliado na gestão desse ambiente e de seus recursos.

Comparativo com os processos de empréstimo, devolução e reserva na biblioteca da EEEP Raimundo Saraiva Coelho

Ao fazer um comparativo dos processos de empréstimo, devolução e reserva dos livros e materiais de pesquisa na biblioteca considerando a gestão da biblioteca antes e depois da implantação desse software, percebemos a satisfação dos usuários com a metodologia utilizada agora, visto que noventa e cinco por cento dos usuários afirmaram que o PHL melhorou esses processos e apenas cinco consideraram que continua da mesma forma como eram atendidos no ano anterior, como pode constatado no Gráfico 2.

Gráfico 2: Comparativo dos processos antes e depois da utilização do software PHL



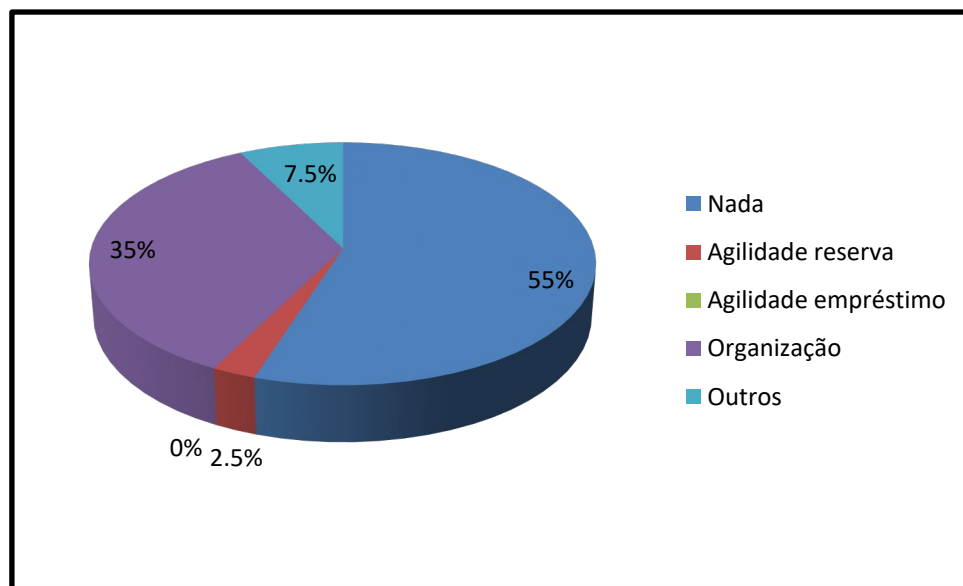
Fonte: Autoria Própria

Esses dados mostram que as atividades realizadas com esse software na biblioteca têm atendido às expectativas dos usuários e quase todos os participantes da pesquisa vêem esse aplicativo como uma forma de melhorar o trabalho do bibliotecário e o seu contato com os materiais desse espaço.

Sugestões para melhoria na utilização do PHL na biblioteca da EEEP Raimundo Saraiva Coelho

Quando indagados sobre a utilização do software PHL e o que poderia ser melhorado em sua utilização na biblioteca cinquenta e cinco por cento dos usuários afirmaram que não precisa melhorar nada; trinta e cinco por cento informaram que precisa melhorar a organização dos livros nas prateleiras; e como medida para resolver esse problema os coordenadores da biblioteca resolveram organizar os livros na prateleira conforme a Classificação Decimal de Dewey- CDD de cada obra, adotando, com isso, um padrão de organização comum em várias bibliotecas do mundo; dois e meio por cento apontou a agilidade na reserva dos livros como ponto a melhorar e sete e meio por cento afirmou que o que precisa melhorar são outros aspectos, como a aquisição de livros mais específicos sugeridos pelos próprios alunos; entretanto no que se refere à agilidade nos empréstimos foi zero por cento de sugestão de mudança, conforme podemos observar no Gráfico 3.

Gráfico 3: Sugestões do que precisaria na utilização do *software* PHL



Fonte: Autoria Própria

DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Os dados coletados indicam que a utilização do software PHL tem trazido grandes benefícios para seus usuários e para a facilitação do trabalho do bibliotecário. Mas ainda sugerem que sejam melhorados alguns aspectos: “Mais diversidade de livros, apesar de já ter melhorado em relação ao ano passado”; “Uma lista com os livros divididos em gêneros, sendo exposta. Mas gosto da organização” e “Colocar se alguns livros estão realmente reservados ou disponíveis”.

Mas no geral percebe-se que tem atendido aos anseios da comunidade e que foi um software escolhido corretamente, pois:

O *software* a ser adquirido deve, além de atender às necessidades de informação, ser compatível com o desenho e cultura organizacional, com o parque computacional instalado tamanho do acervo e o perfil dos usuários, respeitadas suas características quantitativas e qualitativas. (CÔRTE *et al.*; 1999 apud KLEINUBING, 2006, p. 24)

E pode-se observar nos dados analisados que a partir da utilização desse software a biblioteca da EEEP Raimundo Saraiva Coelho está se adaptando aos modelos desejados pela “sociedade do conhecimento”:

As bibliotecas e centros de documentação, como unidades organizacionais vivas, recebem interferência diária em seus processos de trabalho, o que torna imprescindível a adequação de suas estruturas organizacionais e de prestação de serviços à então propalada sociedade da informação (CÔRTE *et. al.*,1999, p. 241).

Assim, o PHL é um recurso tecnológico que permite o processamento, gerenciamento, recuperação e a disseminação de informações no espaço intra e extra-escolar, utilizá-lo,

portanto, significa atender uma demanda cada vez mais urgente, qual seja a informatização dos processos organizacionais institucionais.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

É evidente que as relações sociais estão cada vez mais permeadas pelo fluxo contínuo de informações das redes sociais e dos meios de comunicação. Toda essa rapidez no processo de receber e divulgar uma informação, bem como ao realizar uma pesquisa na web, faz com que haja uma dinamização no cotidiano de quem está em contato com esses meios. Portanto, tratando-se de tecnologias educacionais, a escola não deve estar alheia a todo esse processo de informatização pela qual passa a sociedade, em especial os alunos.

Para inserir a biblioteca no rol de espaços informatizados, é de fundamental importância a sistematização de informações, para que as rotinas administrativas como empréstimos, consultas aos documentos tradicionais, os livros, revistas e outros; sejam feitas através da utilização de recursos informacionais tecnológicos.

Para facilitar o seu trabalho o bibliotecário pode utilizar sistemas de gerenciamento como o PHL, software utilizado na EEEP Raimundo Saraiva Coelho, que permite uma atuação mais rápida e eficiente, atendendo a necessidade dos usuários da biblioteca.

BIBLIOGRAFIAS

CÔRTE, Adelaide Ramos et al. **Automação de bibliotecas e centros de documentação: o processo de avaliação e seleção de softwares**. Ciência da Informação, Brasília, v. 28, n.3, set./dez. 1999. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/ci/v28n3/v28n3a2.pdf> . Acesso em: 03 ago. 2017.

MORESI, Eduardo. (Org.). **Metodologia da Pesquisa**. 2003. 108 f. Dissertação (Mestrado). Universidade Católica de Brasília, 2003. Disponível em: <https://pt.scribd.com/document/49051503/MetodologiaPesquisa-Moresi2003>. Acesso em: 20 dez. 2016.

OLIVEIRA, Elysio Mira Soares de. **Buscas no Catálogo**. PHL©2001 ElysioM.S.Oliveira - Manual do PHL8.0 - Revisão de 09/04/2005. Disponível em: <http://www.dibib.ufsj.edu.br/phl8/por10101.html>. Acesso em 15 mar. 2017.

_____. **Manual do PHL8.1** Revisão de 01/04/2008. InfoArte. Gurupi – 2008. Disponível em: http://www.elysio.com.br/documentacao/manual_phl81.pdf. Acesso em: 20 jan. 2017.

CAPÍTULO 23

MEU NICKÉ FEMININO! *UM ENSAIO SOBRE A DIFICULDADE DA PARTICIPAÇÃO FEMININA NOS JOGOS DIGITAIS*

Rafaela Azevedo Araújo, graduanda em história, UFBA

RESUMO


Pretende-se discutir acerca do espaço restrito que as mulheres ocupam dentro da cultura gamer enquanto jogadoras e desenvolvedoras, verificando a influência da cultura externa como principal motivo, apontando como esta permeia as narrativas digitais. Partindo de uma análise das narrativas digitais, recortando a influência da construção social externa na criação dessas, das questões inerentes a cultura nerd, com ênfase na gamer, e as dificuldades que a sociedade patriarcal acaba impondo (no caso, a dificuldade de inserção das mulheres/meninas como jogadoras e personagens bem desenvolvidas) sobretudo a partir da limitação dada pelo processo de socialização durante a infância. O tema é destrinchado com o auxílio de autores como Humberto Maturana, Joan Scott, Boaventura Santos e Heleieth Saffioti, usados para compreender fenômenos comuns dentro do ambiente externo e que ganham maior força no virtual. Há o intuito de extinguir alguns argumentos, como o que afirma serem as mulheres/meninas minoria dentre os consumidores de jogos eletrônicos (este utilizado como justificativa para a criação de personagens femininas mais “atrativas” aos homens). Sabendo da atual mudança no mercado dos games, não pretende-se esgotar o assunto e nem restringi-lo ao debate somente entre mulheres, pensando-o de modo inclusivo e capaz de abarcar o público masculino também.

Palavras-chave: Cultura digital; Jogos digitais; Questões de gênero; Mulheres nos games.

O campo dos jogos digitais vem sendo bastante estudado (e pensado) devido às suas inúmeras potencialidades. Dentre elas, a expansão quanto mercado de produção e de consumo; auxílio à educação, pensando em um complemento àquela vista nas escolas e numa nova plataforma de aquisição de saberes; usados para testar novas tecnologias de acessibilidade como o sensor de movimento (kinect) do xbox que possibilita o uso do corpo para jogar. O ambiente é fértil quando pensamos, também, a sua composição. As narrativas presentes nos jogos caracterizam-se de forma que a

migração das interações culturais da sociedade para os ambientes digitais se desenvolve mantendo as mesmas estruturas da sociedade real mas não possui, necessariamente, correspondência total com esta, configurando a partir disso suas próprias estruturas e códigos. (Lévi apud Lima e Lima, 2015, p. 696)

As narrativas que permeiam os jogos são próprias e dotadas de novas formas de articulação, pontos de vista, estruturas... Contudo, não pode passar despercebido que essas



narrativas digitais são baseadas na cultura e nas relações sociais da população que as produz, logo não são isentas de tensões e questões que perpassam a sociedade. Em outras palavras, as produções dos games são atravessadas por uma releitura da realidade utilizada como plano de fundo para o enredo. Deste modo, as representações femininas e as crenças de que esse não é um espaço para nós rondam não apenas o imaginário dos consumidores, mas também compõem o próprio jogo.


O patriarcado, seguindo a conceituação da socióloga e feminista brasileira, Heleieth Saffioti (2004), é um sistema que atinge a sociedade como um todo, desde a esfera privada até a pública, sendo uma base que (as)segura a estrutura desse ambiente social pautando-se na dominação (aliada ou sucedida a exploração) das mulheres pelos homens. Esse processo é legitimado pelas produções (no sentido de conhecimento) e representações culturais elaboradas pela coletividade e/ou através das teorias científicas que, quase sempre, partem da biologia.

As categorias de homem e mulher são construídas socialmente como dois mundos distintos, relacionando-se somente por intermédio do pacto sexual. A historiadora e feminista Joan Scott define gênero como sendo “um elemento constitutivo de relações sociais baseado nas diferenças percebidas entre os sexos” ao mesmo tempo em que é “uma forma primeira de significar as relações de poder” (1989, p. 21). Deste modo, estas vão abarcando os sujeitos, inicialmente, pautando-se na diferença da genitália e sendo reforçado, ao longo do seu desenvolvimento, através de símbolos culturalmente disponíveis, interpretações desses símbolos (conceito normativo) e instituições.

Complementando o conceito de patriarcado de Saffioti, o biólogo e filósofo chileno, Humberto Maturana o descreve como

uma rede fechada de conversações. Esta se caracteriza pelas coordenações de ações e emoções que fazem de nossa vida cotidiana um modo de coexistência que valoriza a guerra, a competição, a luta, as hierarquias, a autoridade, o poder, a procriação, o crescimento, a apropriação de recursos e a justificação racional do controle e da dominação dos outros por meio da apropriação da verdade (2009, p.13)

Assim, chegando a mesma conclusão da filósofa francesa Simone de Beauvoir (1970), a mulher vai sendo construída como um outro do homem, ligada a este por questões sexuais, materiais, econômicas... Este outro pensado para servir, tem seu corpo e comportamento moldados desde o período intrauterino ou até antes, quando o ser vai sendo construído no imaginário dos progenitores.



Adjetivos como calma, dócil, meiga e gentil vão sendo incutidos nas meninas mediante o processo de inserção inicial do indivíduo na sociedade, denominado de socialização pela psicologia social. Os pais possuem o papel de mediadores entre a criança e a comunidade, desta forma, eles são responsáveis por enquadrar os filhos na lógica da masculinidade ou da feminilidade sendo os brinquedos forte marcadores desta dicotomia na infância.

A relação entre iguais também se constitui como marcador social, pois o acesso a determinadas regras, brinquedos e brincadeiras vai alinhando o sujeito naquilo que a sociedade espera dele. No caso das meninas, temos uma preparação para a maternagem e a aquisição de conhecimentos sobre o cuidar (da casa e de outrem). A gradativa entrega de responsabilidades, intensificadas ao passarem pela menarca³⁷, também é um importante fator que explica a inclusão dessas, agora, “mocinhas” em algumas partes do mundo adulto.

Por outro lado, a presença de brincadeiras e estímulos ao combate e aventuras vão desenhando a noção de virilidade, fortemente atrelada a força física. Isso traz aos meninos uma liberdade, até porque as responsabilidades entregues a eles são tão poucas quanto invariáveis. Não há obrigações, a espermarca³⁸ não representa nenhuma alteração de status social, afinal permanece no íntimo ou entre pares, permitindo que estes tenham mais tempo para desenvolver sua sociabilidade e capacidade profissional.

Scott (1989, p.15), ao questionar os modos como o termo gênero foi conotado ao longo dos anos, traz que compreender essa diferenciação seria impossível sem a compreensão dos “sistemas de significados, isto é, às maneiras como as sociedades representam o gênero, o utilizam para articular regras de relações sociais ou para construir o sentido da experiência”.

O vídeo game na forma de console³⁹ se insere como um símbolo masculino acessível para as meninas por meio de brincadeiras dentro de um grupo misto, pois não é costume dos pais oferecerem um a elas. Mesmo dentro desses grupos, o acesso ao entretenimento é cerceado pelos pares, pois, devido a socialização e as narrativas presentes nos jogos, há um imaginário de que as meninas não sabem jogar ou são péssimas jogadoras. Seus momentos com o controle em mãos são coibidos e há uma cobrança para que sejam perfeitas (apesar de que, quando vencem, sua vitória é questionada).

³⁷ Primeira menstruação

³⁸ Primeira ejaculação sem estímulo desejado, ou seja, sem masturbação.

³⁹ Aparelhos que rodam os jogos, a exemplo do Xbox e do PlayStation

Porém, enquanto elas, ao crescerem, não encontram mais com quem jogar, visto que são excluídas por eles e suas iguais tampouco possuem acesso, para eles esse tipo de jogo serve como um dos (as vezes principal) socializadores até meados da adolescência, quando outros fatores passam a ter uma maior relevância. Inúmeros jovens mantêm o ato de jogar como um lazer a parte enquanto outros, os *nerds*, prosseguem o consumo sem uma alteração significativa até depois da adultez. Mas, o que seria ser nerd?

Cultura *nerd* é um compilado de vários universos. Nela, se encaixam a figura do leitor de quadrinhos (com ênfase nos de heróis), consumidores das produções japonesas (revistas e animações), interessados em tecnologia e aqueles que estão conectados, como consumidores e como conhecedores, a todas as informações da indústria dos games. Hoje, provavelmente pela conotação negativa que o termo *nerd* recebeu durante os anos, algumas categorias foram separadas em, seguindo a ordem anterior, *nerd*, *otakus*, *geeks* e *gamers*. Toda essa cultura é permeada não apenas por machismo, mas também por xenofobia e racismo.

O *nerd*⁴⁰ virou um grupo de consumo, sendo vinculado e representado a partir de produtos como canecas, porta-chaves, lençóis... Patrícia Matos comenta, em artigo de mesmo nome, que *O nerd virou cool* (2011). Essas mercadorias, incluindo os próprios jogos, consoles, e computadores com capacidade de processamento suficiente para tal uso não se encontram a baixo custo, tornando a inserção nesse espaço de interação custosa.

Quando uma menina segue esse padrão *nerd* de consumo, tende a ser masculinizada por seus pares. Deixa de ser um outro e passa a ser um quase igual⁴¹, participando das conversas e brincadeiras sem um filtro geralmente utilizado na presença dos objetos de desejo (meninas femininas). Mesmo assim, elas são categorizadas como de segunda classe e mantém-se o estereótipo de que é um local voltado para o público masculino (em consumo, produção, desenvolvimento...). Dentro dessa perspectiva, acredita-se que são poucas as meninas que se inserem nesse universo ou que, dentro dele, há apenas alguns gêneros que elas buscam. A questão central é como se dá essa inserção, mesmo nas partes “aceitáveis”, pensando os ambientes de interação.

Como assinala a socióloga e escritora espanhola FefaNuñez, “a grande ausência de mulheres nos espaços [...] não significa literalmente que nunca tenham existido ou não se tenha estabelecido em nenhum momento” uma ocupação desses espaços. Logo, sempre deve

⁴⁰ Aqui posto com o sentido abrangente, que engloba todas as demais categorias postas anteriormente;

⁴¹ Há uma contenção quanto a determinados temas que variam de acordo com o grupo e o nível de relação

ter havido representação feminina empunhando um controle, porém, “também podemos afirmar que a tradição sócio-cultural de velho cunho androcêntrico e o falocentrismo que a tem definido, se tem determinado, através de diferentes estratégias, em excluir e invisibilizar esta existência” (1999, p. 43).

O site *Garotas Geeks*⁴² publicou em março desse ano sobre um jogo de tabuleiro de 1908 chamado Suffragetto. *No jogo, há uma disputa de território entre mulheres e policiais: elas numa tentativa de tomar o parlamento e eles de conter o movimento.* Este modelo, especificado como RPG (*Role Play Game* ou Jogo de Rolagem de Dados) de mesa, foi um dos ancestrais dos jogos digitais (tendo, inclusive, sua estrutura adaptada para estes) e, como tal, tinha como público um grupo restrito e masculino, possuindo tais questões estudadas e debatidas nesse ensaio.

O sociólogo Boaventura de Souza Santos denomina tal processo como sociologia das ausências, ou seja, “uma expansão do domínio das experiências sociais já disponíveis” (Santos, 2002, p.258). Segundo este autor, há uma razão metonímica — que, do mesmo modo que a função da linguagem, atribui uma parte pelo todo — regendo as verdades e ocultando demais cosmovisões ou formas diferentes de existir. Desta forma, não significa que não existem alternativas, mas sim que estas são invisibilizadas por uma verdade universal (muitas vezes sob um viés científico).

Assim, as garotas que se atrevem a adentrar esse universo estão sujeitas a situações sexistas já enfrentadas no ambiente externo ao jogo, contudo, potencializadas pela tela e o anonimato. O primeiro impasse é quanto ao *nickname*. Qualquer um que tenha um nome não masculino é um potencial alvo de piadas com alto teor de desvalorização, de assédio, exclusão ou tentativas de “ajudar” que partem da premissa do desconhecimento do outro quanto ao saber jogar. Quando consegue galgar uma posição de destaque, nunca o fez por mérito próprio, alguém por trás deu auxílio para tanto. Neste ponto, gays afeminadas também tornam-se alvos.

A brasileira Cristina Santos, empresária do ramo de pisos e *gamer* nas horas livres, alcançou o primeiro lugar no ranking mundial no *Super Street Fighter IV: Arcade Edition* em 2013, mas tal êxito a levou a um enfrentamento com *haters*. São muito comuns vídeos no YouTube que ironizam ou brincam com o fato de ter uma menina/mulher jogando ou o uso de *nicknames* femininos, por parte de homens, com igual intuito.

⁴²<http://www.garotasgeeks.com/>

Relatos de garotas gamers precisando enfrentar situações sexistas diversas para conseguirem jogar ou simplesmente serem reconhecidas como iguais chamaram minha atenção através da campanha *#MyGameMyName – assédio e preconceito no mundo dos games contra as mulheres*⁴³, contudo, apesar de serem o tema, as mulheres que aparecem não dialogam com o público. No fim do vídeo que dá corpo a campanha há algumas situações que youtubers gamers homens passaram ao utilizarem um *nick* feminino e/ou convidar uma mulher para interagir com os demais jogadores por meio da fala. Mesmo ao falar sobre elas, precisamos que eles falem, caindo novamente da questão de que é um espaço masculino.

Reclamações da sexualização exagerada de personagens femininas e da posição que elas ocupam dentro da história do jogo também é um tema bastante recorrente. O modo como as personagens são construídas é justificado pelo fato de os consumidores serem, esmagadoramente, parte de uma masculinidade branca e heteronormativa⁴⁴. Para Guacira Louro, historiadora e doutora em educação, essa construção se dá de modo a criar e reforçar de forma compulsória o padrão heterossexual de comportamento.

Os outros, que fogem à norma, poderão na melhor das hipóteses ser reeducados, reformados (se for adotada uma ótica de tolerância e complacência); ou serão relegados a um segundo plano (tendo de se contentar com recursos alternativos, restritivos, inferiores); quando não forem simplesmente excluídos, ignorados ou mesmo punidos. (2009, p. 87)


Assim, exclui-se, tanto como membro dessa comunidade quanto possível comprador, mulheres, negros, homossexuais e qualquer outro que não se encaixa nessa lógica. Ou, o que acontece com menor frequência, é disponibilizado jogos específicos para cada grupo, a exemplo do *Just Dance*, jogo de dança cuja ideia de público são mulheres e LGBTQ+. Isso reflete nas relações dentro de plataformas que permitem a interação de jogadores. Brasileiros são excluídos se falarem em português nas salas de conversa dos Estados Unidos e foram chamados de macacos num espaço destinado a América Latina. Nos eventos, *cosplayers*⁴⁵ negros são retaliados por não serem fiéis as personagens mesmo que estejam trajando a roupa completa (lembrando que a maioria são brancas). Personagens negros, no geral, são difíceis de encontrar em todos os meios *nerds*, nunca sendo representados como retintos, mas apresentando marcas de branquitude.

Deste modo, há uma permissividade social e uma legitimação das primeiras versões da Lara Croft, protagonista da série de jogos *TombRaider*. A proposta, a nível de enredo, é

⁴³ Elaborada pela Wonder Woman Tech, Women Up Games e Boot Kamp em 2018

⁴⁴ O que não tem se verificado nas pesquisas atuais

⁴⁵ Pessoas que vestem-se de uma personagem, carregando não somente suas roupas mas também a personalidade



semelhante às aventuras de Indiana Jones com uma diferença bem clara: enquanto este encontra-se sempre preparado para todas as adversidades, possuindo equipamentos de escalada, roupas resistentes e compridas, ela tinha apenas os equipamentos já que suas vestes se resumiam a um short colado e uma blusa justa — ambos curtos. Esse foi um tema polêmico no facebook em 2015-2016, quando o *Street Fighter* trouxe de volta Rainbow Mika, uma lutadora quase sem roupa e de fio dental. A justificativa para tal vestes, de acordo com os homens que jogavam, era ser a personagem uma escrava sexual, mas pesquisando sobre sua história isso não se verifica.


Há uma questão ainda mais recente: os jogos digitais ganharam tamanha dimensão que se elevaram ao status de *e-sport* ou esporte eletrônico. Constantemente ocorrem campeonatos nacionais e internacionais de uma dada franquia, sendo o mais famoso deste formato o League of Legends, mais conhecido nas redes como LOL, da Riot Games. Há vários times que se enfrentam, sendo, em sua maioria, formados por homens. Quando alguma mulher passa a constituir-los, geralmente desempenha a função de suporte⁴⁶, perpetuando o papel de cuidadoras estabelecido pelo patriarcado.

Não há restrições nas inscrições, logo mulheres podem concorrer. Porém, há outros empecilhos. Como a comunidade possui uma toxicidade grande, o número de assédio de várias ordens, desvalorização e discursos de ódio são proporcionais. Para se defenderem de tais ataques e numa tentativa de evoluírem dentro da profissão, visto que em grupos mistos meninas tendem a ficar na reserva, montam grupos exclusivos para elas. Comparando estes grupos aos masculinos, nota-se uma menor remuneração, menos patrocínio... Realidade não tão distante a vivenciada no mundo do trabalho tradicional, questionada por lá desde o século passado.

O tema se demonstra, ao mesmo tempo, já conhecido e totalmente novo. Essas questões limitam a entrada de meninas/mulheres como profissionais que desenvolvem essas narrativas já que, anterior a isso, são impedidas de consumir determinados tipos de jogos; sendo direcionadas a categorias específicas, a exemplo do *Dance Central*, *Zumba fitness core* e *Your shape fitness evolved*, jogos estes voltados a dança, cuidado com o corpo e bem-estar.

Categorias como de tiro em primeira pessoa (FPS), sobrevivência/tiro em terceira pessoa (Battle Royal) e outras voltadas a violência e aventura tendem a negligenciar suas

⁴⁶ É preciso fazer o adendo de que o papel do suporte é muito mais amplo, tendo sido resumido a ajudar os demais e cuidar para que não sofram danos ou curá-los quando necessários



consumidoras ou invisibilizá-las. Isso demonstra a quem é autorizado o uso da violência, pois o patriarcado, descrito tanto por Saffioti (2004) quanto por Maturana (2009), por meio desta, mantém o controle e domínio. Muitas vezes, elas utilizam-se de *nickname* tidos como masculinos e evitam interações dentro da plataforma visando uma proteção na tentativa de inserir-se nesse espaço. São esses os ambientes mais propícios a assédio, piadas sexistas e desvalorização da jogadora, o que não isenta os demais de abrigar tais relações de poder. Os futuros patriarcas precisam experimentar suas potências nesses ambientes enquanto seus objetos de desejo (as mulheres) são educados na impotência.

Em uma das falas dos entrevistados para o documentário “Precisamos falar com os homens? Uma jornada pela igualdade de gêneros”, disponibilizado no canal do YouTube da ONU Mulher, há um questionamento sobre educação. Desde o começo das reivindicações do movimento feminista, a visão para com as mulheres teve mudanças. Contudo, nunca nos questionamos quanto a necessidade de alterar as formas como o educamos os meninos, impedindo que parte das questões de gênero seja resolvida.

Há uma necessidade de reflexão, principalmente no contexto desse novo levante do ódio e da proliferação de discursos vazios, analisados por Márcia Tiburi (2015) e Leandro Karnal (2017), que, por mais que encontre resistência, é urgente. Ela ocorre justamente pelas tensões causadas pelos debates e do desejo de manutenção dos privilégios. O que ocorre é uma tentativa de

estabelecer, pela força, limites que restringem a mobilidade dos outros em certas áreas de ação às quais eles tinham livre acesso antes de nossa apropriação. Além do mais, fazemos isso enquanto retemos para nós o privilégio de mover-nos livremente nessas áreas. (Maturana, 2009, p. 14)

Precisamos, utilizando o conceito de Boaventura, partir para uma sociologia das emergências, ou seja, expandir o domínio das experiências sociais possíveis (Santos, 2002). Em outras palavras, fazer uma espécie de garimpo por trás dessas noções hegemônicas e enraizadas fazendo com que novas interpretações surjam e ocupem os espaços que lhe foram negados.

Por outro lado, toda demonstração de violência reflete na maior visibilidade que essas mulheres estão tendo. Frente a uma impotência diante da dominação do “seu” espaço exclusivo, parte-se para um comportamento discriminatório como uma maneira de delimitar território, explicitar que nesse ambiente qualquer um que foge de uma masculinidade hegemônica não é bem visto quiçá aceito. Assim, quanto a ocupar esse espaço, conseguimos

ver o princípio de um caminho que se demonstra efetivo, porém ainda árduo em sua caminhada.

A semente que incentiva todos os questionamentos aqui levantados está plantada nas redes sociais, originando grupos de resistência entre as jogadoras. Nestes, times são formados numa tentativa de facilitar os progressos das garotas (afinal, quem não joga não aprende e, assim, não consegue se desenvolver dentro da plataforma), técnicas são disseminadas, novas estratégias de combate... Esporadicamente surgem postagens questionando as representações das personagens femininas nos jogos mais recentes, os enredos e outras questões. Podcasts especializados em jogos abrem espaço para essa discussão e outros, pensados e protagonizados por mulheres, vão surgindo.

Como foi várias vezes sinalizado para mim, o contexto da produção dos jogos, frente as pressões existentes na sociedade acerca da força do patriarcado na vida cotidiana e das influências de outras formas de discriminação (no caso as intersecções), está mudando lentamente. Isso faz com que este trabalho não deva nem possa encerrar o debate por aqui, pois ainda há novos pontos surgindo e outros dados a se considerar, como os jogos enquanto meios de comunicação e a crescente ocupação das mulheres no campo de jogos de celular (*mobile*) devido a facilitação do acesso ao smartphone. Além do mais, esse debate é ainda muito novo, precisando ser desenvolvido, maturado e disseminado.

REFERÊNCIAS

- BEAUVOIR, Simone. O Segundo Sexo. Introdução. 4ª Edição. Tradução Sérgio Millet. 1970
- Campanha #MyGameMyName – assédio e preconceito no mundo dos games contra as mulheres. Wonder Woman Tech, Women Up Games e Boot Kamp. 2018
- França, D. X. (2013). A socialização e as relações interétnicas. In L. Camino, A. N.R. Torres, M. E. O. Lima, & M. E. Pereira (Orgs.), **Psicologia Social: Temas e Teorias** (2a ed., pp. 541-587). Brasília: Technopolitik.
- KARNAL, Leandro. Todos contra todos: O ódio nosso de cada dia. Rio de Janeiro: Leya, 2017.
- LIMA, Rafael; LIMA, Leonardo A narrativa dos jogos eletrônicos. SBC — Proceedings of SBGames. Teresina, 2015.
- LOURO, Guacira Lopes. Heteronormatividade e homofobia. In: JUNQUEIRA, Rogério Diniz. **Diversidade sexual na educação: problematizações sobre homofobia nas escolas**. Brasília, 2009.

MATOS, Patrícia. O nerd virou cool: identidade, consumo midiático e capital simbólico em uma cultura juvenil em ascensão. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. São Paulo, 2011.

MATURANA, Humberto. Conversações matrísticas e patriarcais. In: MATURANA, Humberto; VERDEN-ZOLLER, Gerda. **Amar e brincar: Fundamentos esquecidos do humanos**. São Paulo: Palas Athena Editora, 2009.

NÚÑEZ, Fefa Vila. Genealogias feministas: contribuições da perspectiva radical dos estudos sobre as mulheres. *Política y Sociedad*, n. 32, 199), Madrid (p. 43-51) Tradução Sabrina Guerra Guimaraes. Disponível em: <<http://revistas.ucm.es/index.php/POSO/article/viewFile/POSO9999330043A/24664>>

PLASTINO, Carlos. Café filosófico - Reflexões sobre uma concepção antropológica do patriarcado. TV Cultura. 2018.

Precisamos falar com os homens? Uma jornada pela igualdade de gêneros. Direção: Ian Leite e Luiza de Castro. Produção: PapodeHomem. ONU, 2016.

REINALDO, Jéssica. Existe um jogo de tabuleiro de 1908 sobre mulheres lutando contra policiais! Disponível em: <<http://www.garotasgeeks.com/existe-um-jogo-de-tabuleiro-de-1908-sobre-mulheres-lutando-contra-policiais/>> Acesso em: 24 de out. de 2018

SAFIOTTI, Heleieth. Gênero, patriarcado, violência. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2004

SANTOS, Boaventura de Sousa. Para uma sociologia das ausências e uma sociologia das emergências. *Revista Crítica de Ciências Sociais*, nº 63, outubro. 2002. Disponível em: <http://www.boaventuradesousasantos.pt/media/pdfs/Sociologia_das_ausencias_RCCS63.PDF>

SCOTT, Joan. Gênero: uma categoria útil para a análise histórica. New York, Columbia University Press. 1989

TIBURI, Márcia. Como conversar com um fascista. Rio de Janeiro: Record, 2015

CAPÍTULO 24

O POTENCIAL EDUCOMUNICATIVO DO RÁDIO NA AMAZÔNIA EM PROCESSOS DE EDUCAÇÃO AMBIENTAL⁴⁷

Rosa Luciana Rodrigues, Ufopa

RESUMO

Este trabalho é um ensaio reflexivo sobre o potencial educocomunicativo do rádio, dando um destaque aos processos de educação ambiental na Amazônia brasileira, sendo de forma mais específica na região do Baixo Amazonas, no oeste do estado do Pará. Além de referenciais sobre mídia e educação, o rádio eeducomunicação e a educação ambiental na Amazônia, são apresentadas três experiências de educação ambiental com o rádio: projeto Rádio pela Educação que foi desenvolvido durante 16 anos com estudantes e professores do ensino fundamental com um programa na Rádio Rural de Santarém; programa Caminhos da Amazônia, produzido pela Rede de Notícias da Amazônia, veiculado em 20 emissoras de rádio de 7 estados da região amazônica e o programa Rios deSaberes, também veiculado pela Rádio Rural de Santarém, como ação do projeto Escola D'água. Observa-se o potencial que o rádio tem para a educação ambiental na região, necessitando de novas iniciativas com pesquisas acadêmicas e experimentos. A característica democrática do rádio, por ser barato e acessível mesmo aos que não sabem ler, torna-o protagonista num cenário cada vez mais desfavorável às políticas ambientais que vêm sofrendo ataques no âmbito nacional, desabilitando órgãos fiscalizadores e deixando as comunidades cada vez mais isoladas.

PALAVRAS-CHAVE:Mídia e educação, rádio e educomunicação, Educação Ambiental.


INTRODUÇÃO

Próximo de completar 100 anos de história no Brasil, o rádio voltou a protagonizar no cenário da comunicação. Em tempos de pandemia, quando tudo se fechou, inclusive as escolas, o potencial radiofônico foi um grande aliado em processos educativos no país.

Artigo publicado pela Rede Nacional de Mobilização Social aponta que “com as escolas fechadas e o acesso digital longe de ser uma realidade para boa parte da população, o rádio está se transformando no meio mais acessível de espalhar conhecimento e estimular o aprendizado durante o período de isolamento” (COEP, 2020).

Neste breve ensaio, busca-se refletir sobre o potencial educocomunicativo do rádio, dando um destaque aos processos de educação ambiental na Amazônia brasileira, sendo de

⁴⁷ Artigo apresentado no GP Comunicação e Educação do XIX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 42º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, em 2019, e atualizado em setembro de 2020.



forma mais específica na região do Baixo Amazonas, no oeste do estado do Pará, onde o rádio tem uma forte presença, tanto na história da comunicação quanto na da educação.

A perspectiva deste artigo não é apresentar as experiências somente do período da pandemia, neste ano de 2020, mas destacar trabalhos que estão sendo realizados ao longo das últimas décadas. Isso porque, diante do quadro comunicacional que desponta com os avanços tecnológicos e com as variedades interativas por meio dos espaços oferecidos pela internet, chama à atenção uma realidade ainda muito forte na Amazônia – a relação com o rádio.

Mesmo se observando as novas formas de relação com o rádio pelos aplicativos ou pelas transmissões feitas nas redes sociais, que permite a audiência pelos celulares, por exemplo, ressalta-se que ainda é muito presente a forma tradicional de ouvir o rádio com os aparelhos receptores, principalmente, em comunidades rurais que ainda não recebem de forma direta os impactos da internet ou mesmo a energia elétrica.

Sobre a questão ambiental, nestes tempos, destacar a educação ambiental na Amazônia também pode ser visto como uma forma de mobilização das comunidades locais, visto o risco que se corre com os desmatamentos, queimadas, contaminação dos rios, entre tantos outros desafios como o desamparo dos órgãos governamentais.

As experiências a serem apresentadas reafirmam que o rádio é um meio importante de educação ambiental, levando informação e dando orientações às populações, ação que precisa ser potencializada nas práticas locais.

MÍDIA E EDUCAÇÃO

Verifica-se na educomunicação uma busca de pistas para o diálogo entre as duas tradicionais agências de socialização – escola e família – e os meios de comunicação, que hoje se constituem como uma nova agência de socialização tendo um papel significativo na configuração da cultura (BACCEGA, 2011), além de constituir estratégias no processo educativo.

Por conta dessa forte presença da mídia na sociedade atual, aponta-se a necessidade de conhecê-la tendo como fim principal a cidadania.

Por isso, comunicação/educação inclui, mas não se resume, a educação para os meios, leitura crítica dos meios, uso da tecnologia em sala de aula, formação do professor para o trato com os meios etc. Tem, sobretudo, o objetivo de construir a cidadania, a partir do mundo editado devidamente conhecido e criticado (BACCEGA, 2011, p. 32).

Essa ideia reforça a visão de que as mídias também são espaços educativos “na medida em que são responsáveis pela produção de uma série de informações e valores [...] Auxiliam, também, a formarem opinião sobre as coisas” (SETTON, 2010, p. 9). Por conta disso é que Martín-Barbero (2011, p. 126) diz que o saber, que antes era centralizado representando fonte de poder, hoje é disperso e fragmentado, “pode circular fora dos lugares sagrados nos quais antes estava circunscrito [...] A escola deixou de ser o único lugar de legitimação do saber, pois existe uma multiplicidade de saberes”.

Diante dessa realidade, Baccega (2011) aponta alguns desafios do campo comunicação/educação para que este tenha êxito diante do que a ele é proposto. São desafios: enfrentar a complexidade da construção do campo comunicação/educação; entender que esse novo campo não se reduz a fragmentos, como a utilização de tecnologias no ambiente escolar; avançar a elaboração do campo; conhecer a diversidade de que a multi, inter e transdisciplinaridade estão plenas e reconhecer que o campo só pode ser pensado a partir delas; verificar criticamente a realidade; compreender por que a realidade contemporânea exige que o conceito de campo cultural seja mais inclusivo; conhecer e vivenciar os desafios das novas concepções do tempo e espaço; ir do mundo editado à construção do mundo; estabelecer um diálogo mais amplo com mais saberes e levar o sujeito a ter consciência da construção da cultura na qual vive.

Como foi citado no parágrafo acima, um desses desafios, relacionado à mídia, é a compreensão do processo de edição do mundo. De acordo com a autora,

Ele [o mundo] nos chega através de relatos, eles próprios, já eivados da subjetividade de quem os produz. É deles que partimos para nossa reflexão. O mundo é editado, ou seja, ele é redesenhado num trajeto que passa por centenas, às vezes milhares, de mediações, até que se manifeste no rádio, na televisão, no jornal, na cibercultura (BACCEGA, 2011, p. 38).

Ela defende que compreendendo a existência desse processo de edição seria possível seguir uma trilha até a “construção do mundo”, ou seja, não ficar apenas recebendo o que é editado e apresentado pelos diversos segmentos da sociedade, como os meios de comunicação social, mas também editar, construindo outra realidade “sempre respeitando a cultura da qual provém essa realidade e para a qual ela voltará, ressignificada” (BACCEGA, 2011, p. 38).

Então, como diz Marques de Melo e Tosta (2008, p. 27),

Se não há mais como desconsiderar que a mídia é, em larga medida, produtora e conformadora de discursos de todas as ordens (político, educativo, econômico, religioso, ético, moral, dentre outros), à instituição ensino cabe estar atenta a essa disseminação de ideias que dizem respeito a valores, comportamentos, atitudes, etc.

no sentido de problematizá-las nos tempos e espaços escolares, favorecendo as aprendizagens do mundo e sobre o mundo.

Além da instituição ensino, os demais segmentos da sociedade já percebem o quanto é necessário olhar para a mídia como esse espaço de produção e ressignificação de informações.

O POTENCIAL EDUCOMUNICATIVO DO RÁDIO

As experiências com a mídia rádio, especificamente na Amazônia, podem ser vislumbradas como possibilidades de enfrentamento do desafio de reedição do mundo, dos valores, a partir de um processo de formação cidadã no qual os agentes envolvidos sintam-se sujeitos. Pode representar também a abertura de espaços dialógicos nos quais se evidenciem as formas culturais dos agentes envolvidos em processos de reedição da realidade. Por isso, é necessário entender a relação que existe entre essa mídia e as reflexões educacionais.


No Brasil, o rádio como instrumento de educação existe desde o início da sua história no país. A radiodifusão brasileira nasceu com a proposta de ação educativa e cultural na década de 1920. A primeira emissora, Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, inaugurada em abril de 1923, foi coordenada por Edgard Roquette-Pinto e pelos cientistas da Academia Brasileira de Ciências com a proposta de apresentar programas educativos e culturais. “Estavam lançadas as bases do uso massivo de uma tecnologia de comunicação como instrumento real e efetivo de cidadania e educação para muitos, num país de tantos contrastes” (BLOIS, 2004, p. 149).

Além de Roquette-Pinto, o educador Anísio Teixeira também vislumbrava no rádio um importante instrumento para a educação, inclusive identificando-o como elemento fundamental para a construção de um projeto nacional que pudesse avançar na educação brasileira.

Os textos escritos por Roquette-Pinto e Anísio Teixeira apresentavam inflexão abrangente sobre os problemas educacionais. Neles aparece o que foi chamado de educação escolarizada, mas, igualmente, voltam-se aos assuntos da cultura, política, vida econômica. Em síntese, aprende-se que educar é transformar, criar mundividências, desenvolver competências, facultar a constituição e pontos de vista, de inteligibilidade a cerca dos fenômenos que circundam os homens e a história (CITELLI, 2010, p. 74).

E nessa perspectiva, o rádio era visto como fundamental para se promover um salto de qualidade na educação do país. O próprio Roquette-Pinto (apud CITELLI, 2010, p. 74) exclamou: “Eis uma máquina importante para educar o nosso povo”.

O rádio é um veículo de comunicação sempre atual que vai se adaptando e incorporando as linguagens locais, sendo, por conta desse e de outros aspectos, um meio



sempre utilizado como instrumento educativo em diversas realidades, proporcionando o diálogo entre a comunicação e a educação.

Na Amazônica, há diversas experiências que exemplificam essa potencialidade do rádio nos processos educativos. O veículo se torna ainda mais importante quando se olha os aspectos específicos da região, tanto nas deficiências de políticas públicas ligadas à infraestrutura e outras necessidades básicas, quanto à importância de dar voz às populações que lutam pela preservação dos recursos naturais.

Amazônia e a educação ambiental

Em primeiro lugar, destaca-se a pluralidade na Amazônia, que vai muito além do que a mídia externa apresenta.

Para os de fora, a imagem que se tem da Amazônia é mais homogênea [...]. Para os habitantes da própria região, a “Amazônia” é um termo vago, que adquire múltiplos significados correspondentes aos mais diferentes contextos socioecológico-culturais específicos que são os espaços do seu cotidiano. Assim, enquanto para uns – os de fora, “Amazônia” aparece no singular, para outros, isto é, para os que nela moram – ela é plural e multifacetada (GONÇALVES, 2010, p. 18).


Como anuncia o autor, não há uma Amazônia, há várias “amazônias”, com realidades também diversas, que não cabem em uma visão única do que seja a região, como o que se convencionou a partir dos discursos históricos.

Fazendo referência à Amazônia brasileira, Gonçalves (2010, p. 9) indica que

Há a Amazônia da várzea e a da terra firme. Há a Amazônia dos rios de água branca e a dos rios de águas pretas. Há a Amazônia dos terrenos movimentados e serranos do Tumucumaque e do Paríma, ao norte, e a da serra dos Carajás, no Pará, e há a Amazônia das planícies litorâneas do Pará e do Amapá. Há a Amazônia dos cerrados, a Amazônia dos manguezais e a Amazônia das florestas.

Acrescentam-se, ainda, especificações como a Amazônia dos rios e das matas, a Amazônia das estradas, a Amazônia das pequenas cidades e a Amazônia dos centros urbanos. E assim como há diversas “amazônias” no âmbito geográfico, também existem grandes diversidades em suas populações, sendo este outro aspecto importante nesta reflexão. São os povos indígenas, os quilombolas, os caboclos, assim como os imigrantes de outras regiões do país e seus descendentes. Então, da mesma forma como variadas são essas populações, também variadas são as formas culturais que as envolvem.

E nessa diversidade, também se evidencia o grande desafio para educação ambiental, considerando que a Amazônia é o lugar que atrai atenções de todo o planeta nas questões



ambientalistas. É um lugar em que se respira essas questões e onde a educação ambiental é uma exigência incondicional.

De acordo com o Conselho Nacional do Meio Ambiente - Conama, a Educação ambiental pode ser definida como “um processo de formação e informação, orientado para o desenvolvimento da consciência crítica sobre as questões ambientais e de atividades que levem à participação das comunidades na preservação do equilíbrio ambiental” (JUNIOR, 2009, p. 215).

Existem práticas educativas nas escolas, em comunidades, sob a coordenação de organizações públicas ou não governamentais, ações estas que contribuem muito com processo, mas que poderiam ser potencializadas com o apoio de práticas comunicacionais desenvolvidas pelos diversos meios tecnológicos.

E a importância da comunicação para a educação ambiental está registrada no Programa Nacional de Educação Ambiental (ProNEA). Uma das linhas de ação é a Comunicação para a Educação Ambiental, que passa pelas estratégias de comunicação e tecnologia para a educação ambiental e a produção e apoio à elaboração de materiais educativos e didático-pedagógicos. O documento, que teve sua última versão atualizada em 2018, estabelece essa ligação do processo educativo com a comunicação e, inclusive abre possibilidades para apoio institucional e financeiro a ações de educação ambiental que entre os seus direcionamentos está o de “disponibilizar diferentes linhas e modalidades de financiamento a projetos de formação continuada de professores e de educomunicação” (ProNEA, 2018, p. 34-35).

O rádio na Amazônia e algumas experiências de educação ambiental

Em muitas regiões no interior da Amazônia, ainda há lugares distantes dos centros urbanos com carências das mais diferentes ordens, como a falta de energia elétrica, de políticas públicas de saúde e educação, desafios de trafegabilidade e falta de acesso às novas tecnologias de informação e comunicação. São nesses espaços em que o rádio a pilha encontra seu lugar de destaque.

Ele rompe o isolamento da população que lá se encontra, transformando-se em único meio massivo local de comunicação, no qual as pessoas, ao receberem as informações, interagem e se atualizam com o mundo e a realidade onde vivem. Muitos desses ouvintes buscam por informações que venham contribuir de forma positiva em suas vidas e organizações de comunidade. Especialmente nas localidades onde os impactos ambientais são consequências constantes e visíveis, decorrentes da falta de conhecimento de seus próprios membros (PIMENTEL e RODRIGUES, 2018, p. 65).

Ressalta-se também que mesmo em espaços urbanos das cidades amazônicas, a presença do rádio é uma realidade na vida das pessoas. Na verdade, são nesses espaços que se observa de forma mais intensa a ressignificação do veículo em meio às disputas com as novas plataformas de interação. São relações diferenciadas de acordo com as faixas etárias, com os gostos musicais, com os interesses culturais, com os espaços interativos, enfim, temos o rádio sempre presente.

É nesta realidade plural que se vislumbra olhar para o potencial educacional do rádio para analisar de que forma esse meio de comunicação pode potencializar os processos de educação ambiental.

Três experiências serão apresentadas nessa reflexão com o uso do rádio para a educação ambiental na Amazônia:

1) **Projeto Rádio pela Educação**

No ano de 1999, a Rádio Rural, do município de Santarém, na região Oeste do Pará, lançou o projeto Rádio pela Educação com o propósito de usar o rádio para dinamizar as atividades na sala de aula em escolas públicas de ensino fundamental a partir dos conteúdos das disciplinas de Português e Matemática, como apresentava o primeiro guia pedagógico do projeto:

A ideia é utilizar o rádio, de forma criativa, dentro da sala de aula, como um recurso pedagógico. Com o programa de rádio, alunos, professores e toda a comunidade escolar trocarão informações entre si, acompanharão uma radionovela, ouvirão debates e entrevistas importantes para a nossa realidade local.

Além disso, o Programa “Para Ouvir e Aprender” vai ensinar dinâmicas novas para professores e alunos aplicarem dentro da sala de aula, utilizando os conteúdos de português e matemática (GUIA PEDAGÓGICO Vol. 1, 1999, p. 3).

A partir de convênios com o governo municipal, o programa de rádio do projeto, chamado *Para Ouvir e Aprender*, era ouvido em sala de aula com alunos do ensino fundamental através de aparelhos receptores ou sistemas de som instalados nas escolas conveniadas.

Com o passar dos anos, novas perspectivas foram incorporadas ao projeto como a formação cidadã de crianças e adolescentes promovendo no programa de rádio a discussão de temas diversos, como: direitos de crianças e adolescentes, cultura local, questão de gênero e a educação ambiental. Os temas eram abordados em quadros variados:

1. Sonho do aluno – um momento em que crianças e adolescentes podem falar de seus sonhos, expectativas, esperanças;

2. **Sessão de Leitura** – são histórias, lendas, causos e contos contados por alunos/as, professores/as, pais, mães, comunitários/as e arte-educadores/as – espaço que estimula a criatividade e a leitura;
3. **Correio do aluno** – as cartas dos/as alunos/as que são enviadas para o projeto e que são lidas no programas. Os alunos falam da escola, da comunidade, elogiam, reclamam, reivindicam e mandam alô para seus amigos.
4. **Correio do Professor** – os/as professores/as também têm esse espaço no qual podem falar de suas experiências. A carta do professor é lida no ar por algum convidado ou mesmo pelo/a seu/sua autor/a quando é possível fazer a gravação.
5. **Busca Ativa** – divulgação de ações que transformam a vida da escola e da comunidade; é o espaço de propagar as boas experiências desenvolvidas;
6. **Entrevista com o/a professor/a** – os/as professores/as soltam a voz, falando de seus desafios e sucessos;
7. **Entrevista com o/a aluno/a** – crianças e adolescentes contam sobre suas vidas na escola e na comunidade;
8. **Jornal Informativo** – notícias e informações da escola, da comunidade e da infância; a linguagem é adaptada aos educandos – a apresentação é feita por dois adolescentes;
9. **Reportagem Especial** – uma produção sobre determinado tema ou evento com depoimentos diversos;
10. **Rede de Repórteres** – espaço dedicado às matérias dos repórteres educativos que falam sobre suas comunidades;
11. **Radionovela** – crianças, adolescentes e convidados gravam novelas radiofônicas sobre temas diversos ligados à educação e à infância;
12. **Sessão Debate** – discussões sobre temas ligados à infância, à educação e à cidadania. Do debate participam crianças e adolescentes apresentando seus pontos de vista.
13. **Sessão com especialista** – conversa sobre determinado tema com alguém que pode dar informações mais específicas;
14. **Sessão Pedagógica** – A cada programa toca uma música ou se lê um texto com dicas pedagógicas para estimular as discussões e atividades após o programa (RÁDIO PELA EDUCAÇÃO, 2008, p. 10).

Destaca-se que a Rádio Rural foi fundada em 1964 para apresentar as aulas radiofônicas do Movimento de Educação de Base, projeto ligado à igreja católica no Brasil que trabalhava com o método pedagógico de Paulo Freire, voltado, principalmente, para as populações rurais. O Rádio pela Educação foi uma retomada dessa primeira iniciativa da emissora, ampliando suas discussões para os temas transversais.

A temática ambiental ganhou destaque pela relevância do assunto, principalmente pela vivência amazônica dos envolvidos, e pela riqueza de oportunidades para se abordar o tema: tratamento do lixo, combate ao desmatamento, cuidado com os rios, preservação das florestas e animais, atenção às populações tradicionais, entre outras abordagens. Um dos quadros bem utilizados para essas temáticas foi o das radionovelas com episódios de até cinco minutos que levavam discussões sérias às crianças de forma lúdica.

Há quatro anos, o projeto deixou de ser executado por falta de recursos, mas ainda está muito vivo na memória de alunos que o acompanharam e professores que o utilizavam nas escolas. Nos últimos registros de avaliação do projeto, o público envolvido com as ações ultrapassava 6 mil alunos e 300 professores de 72 escolas da rede pública municipal de

Santarém, com a grande maioria na zona rural (RÁDIO PELA EDUCAÇÃO, 2011). Esse número não relaciona os demais ouvintes do programa fora das escolas, considerando que o *Para Ouvir e Aprender* ia ao ar na programação geral da emissora em três dias da semana, nos dois horários escolares (manhã e tarde), também envolvendo famílias dos alunos, lideranças comunitárias, estudantes de outras faixas etárias e demais ouvintes.

Os resultados das reflexões pelo rádio podiam ser observados nas diversas atividades realizadas nas escolas e acompanhadas pela equipe do projeto através das cartas enviadas por professores e alunos, nas visitas que a equipe do projeto realizava às escolas/comunidades e, principalmente, nas participações dos repórteres educativos das escolas⁴⁸ nos programas de rádio.

2) Programa Caminhos da Amazônia

O programa de rádio *Caminhos da Amazônia* é produzido pela Rede de Notícias da Amazônia (RNA), uma associação sem fins lucrativos que reúne 20 emissoras de rádio em 7 estados da região amazônica. No Baixo Amazonas paraense, a emissora que retransmite o programa é a Rádio Rural de Santarém, que também funciona como cabeça de rede da RNA⁴⁹.

O programa é semanal, com a produção compartilhada pelas emissoras da rede, a partir de temáticas que envolvem as diversas realidades da Amazônia brasileira.

O CAMINHOS DA AMAZÔNIA – é um programa de educação ambiental, em formato de rádio revista com duração de 30 minutos, que tem por objetivo suscitar o debate sobre o cuidado com o meio ambiente, garantindo a preservação das espécies da fauna e da flora amazônica em perfeita harmonia com os moradores da região. Grande parte desses moradores dão exemplos concretos de como garantir o seu sustento sem agredir o meio em que vivem.

A ideia do programa é, não apenas falar de problemas ambientais, mas mostrar ações concretas desenvolvidas na Amazônia. É por esse motivo que o programa a cada semana é produzido por uma emissora sócia da Rede, para que além de divulgar as ações do município sede, divulgue a cultura local através de músicas e outros formatos (site da RNA).

A exibição do programa ocorre em todos os sábados nas emissoras sócias da Rede.

A cada sábado uma emissora que integra o projeto RNA é responsável em produzir o programa com temáticas que despertem a consciência dos ouvintes para a preservação do meio ambiente. O formato do programa é constituído e apresentado com os seguintes quadros: A radionovela, a enquete, a música, dicas sobre o meio

⁴⁸ Rede de Repórteres Educativos era uma ação do projeto Rádio pela Educação na qual crianças e adolescentes eram capacitados para gravar entrevistas e fazer participações falando das suas escolas e comunidades, sobre as ações educativas. As gravações eram colocadas no programa de rádio Para Ouvir e Aprender.

⁴⁹Mais informações sobre a RNA no site: <http://redenoticiasamazonia.com.br/>.

ambiente, o como se faz e a entrevista realizada com um especialista (PIMENTEL e RODRIGUES, 2018, 68).

Em todos os programas há os quadros que são fixos: radionovela, entrevista ambiental e música. Os demais são alternados de acordo com as equipes de produção. O programa Caminhos da Amazônia é um programa essencialmente jornalístico, mas obedece a critérios bem aproximados, principalmente com a apuração das informações, entrevistas e produção de reportagens.

O programa foi objeto de pesquisa de iniciação científica do curso de Comunicação Social com habilitação em Jornalismo do Instituto Esperança de Ensino Superior, em Santarém, buscando analisar a produção e a importância do rádio na educação ambiental a partir de um espaço determinado que foi uma comunidade rural chamada Tauari, no Rio Tapajós (PIMENTEL e RODRIGUES, 2018).

Além do processo de observação, entrevistas foram realizadas com lideranças da comunidade que apontaram a importância do veículo rádio para os conhecimentos que chegam à comunidade sobre educação ambiental.

O rádio é um instrumento essencial que por meio de suas programações leva a informação ambiental a tantos lugares, como à comunidade de Tauari - Tapajós situado em uma Unidade de Conservação, onde se faz necessário e indispensável o cuidado com o meio ambiente por meio de ações educativas. Para os líderes comunitários, algumas ações são feitas com intuito de preservar e cuidar do meio ambiente, como os mutirões comunitários, realizados todas as quintas-feiras na comunidade, que além de ser uma ação ambiental importante, é também momento de confraternização.

[...]

Em meio a esta abordagem, o rádio se torna elemento essencial de educação ambiental pelos comunitários. Boa parte das informações adquiridas na comunidade sobre o meio ambiente resultou da influência do veículo rádio (PIMENTEL e RODRIGUES, 2018, p. 71).

3) Programa Rios de Saberes

A terceira e mais recente iniciativa é o programa *Rios de Saberes* produzido pela Escola D'água, programa internacional desenvolvido junto a escolas públicas do município de Santarém, no Pará.

O programa está presente nos principais rios do mundo, entre os quais o Tapajós e o Arapiuns, no município de Santarém, região Oeste do Estado do Pará, na Amazônia brasileira. As ações do programa iniciaram em 2014, e desde 2016 é desenvolvido em parceria com o Instituto Mureru Eco Amazônia (IMEA) atendendo 45 escolas polo e 25 parcerias nas regiões de rios, campo e cidade (IMEA, s/d, p.1).

O Escola D'água busca do uso sustentável da água para as atuais e futuras gerações. Faz parte do programa internacional *Swarovski Waterschool*, implantado em

Santarém no ano de 2014, com apoio de várias instituições, entre elas a Universidade Federal do Oeste do Pará. Em Santarém, visa à formação de crianças e professores para a promoção da sustentabilidade ambiental, a partir de ações individuais e coletivas de cuidados com a água do planeta. O foco é a capacitação de alunos e professores de escolas municipais de ensino fundamental, localizadas próximas ou às margens de um curso d'água (rio, igarapé⁵⁰, lago ou nascente).

Em 2019, começou uma nova ação com a produção de um programa de rádio semanal voltado à educação ambiental, tomando como referência experiências anteriores que utilizaram a mídia junto às escolas, como o Rádio pela Educação. O rádio foi escolhido por estar muito presente na vida das pessoas da região.

Uma das principais mídias a ser utilizadas nas ações educacionais na região será o rádio, isto porque, na Amazônia, devido as distâncias e a dificuldade no uso de tecnológicas mais avançadas como telefone e internet, a mídia rádio continua sendo um meio de comunicação mais utilizado pelas pessoas. É através deste veículo que os moradores das comunidades acompanham as notícias do mundo e da região, denunciam e mandam recados para familiares. Em alguns lugares, por exemplo, as escolas passaram a utilizar o rádio como ferramenta pedagógica para estimular as crianças e adolescentes a produzirem conteúdos e não apenas recebê-los (IMEA, s/d, p.1).

O programa de 30 minutos é gravado e vai ao ar uma vez por semana na Rádio Rural, com a participação de crianças e adolescentes das escolas atendidas pelo Escola D'água. Eles participaram de oficinas para aprender técnicas de locução radiofônica, produção de reportagens e entrevistas, de fotografia e de produção de vídeo, além de outras orientações.

A produção dos programas de rádios ocorre a partir da metodologia do projeto Escola D'água:


Água no corpo: Reflexão sobre a importância da água para garantir o equilíbrio e funcionamento adequado do organismo como um todo. Da mesma forma será destacada a importância da qualidade da água para o consumo humano.

Água na escola e comunidade: Compreender de onde vem a água que é consumida nas escolas e na comunidade? Como está a qualidade da água consumida na escola e na comunidade? A partir destas reflexões fazer intercâmbio de troca de experiência entre as escolas D'água locais a partir do método: a) **observação** da realidade, b) **reflexão** sobre os problemas existentes e c) **ações** voltadas para a prevenção ou solução de problemas.

Água na Amazônia – Reflexão sobre a importância dos rios que compõem a bacia do Rio Amazonas e sua interligação com a floresta e o clima do Brasil e do planeta. Intercâmbio com as escolas d'água do rio Purus, no Estado do Amazonas.

Água no Planeta – reflexão sobre a importância do cuidado com a água do planeta a partir de intercâmbio com as escolas d'água da Áustria, China, Índia, USA, Uganda e Tailândia (IMEA, s/d, p.6).

⁵⁰Igarapé é o nome dado a um curso de água muito encontrado na Bacia Amazônica. É caracterizado por se localizar no interior da mata e ter pouca profundidade.



A partir do programa de rádio, o projeto divulga informações científicas voltadas ao meio ambiente, propaga experiências das comunidades e dá orientações sobre cuidados com a água, tendo apoio dos educadores e a participação direta de estudantes.

CONSIDERAÇÕES

Diante das três experiências apresentadas, verifica-se o potencial do rádio na região amazônica, considerando a realidade local e as diversas possibilidades que essa mídia apresenta no campo educacional, principalmente na Amazônia onde ainda existe um grande número de pessoas que não têm acesso às novas tecnologias de comunicação.

Nas experiências de educação ambiental, registra-se um envolvimento maior com o rádio pelas populações rurais. Também vislumbra outras iniciativas a partir das novas ferramentas que a internet possibilita, o que pode ajudar a envolver mais o público urbano na dinamização da formação cidadã com relação ao meio ambiente.

Para isso, são necessárias novas iniciativas com pesquisas acadêmicas e experimentos que possam ajudar a potencializar as perspectivas do rádio que vive um tempo de mudança, de inovação, com espaços abertos para a criatividade em meio aos desafios da região que são tão gigantescos quanto a própria Amazônia.

A característica democrática do rádio, possibilitando maior acesso por ser barato e acessível mesmo aos que não sabem ler, torna-o protagonista num cenário cada vez mais desfavorável às políticas ambientais que vêm sofrendo ataques no âmbito nacional, desabilitando órgãos fiscalizadores e deixando as comunidades cada vez mais isoladas.

Considerando que a educação é parte essencial do processo para a formação da consciência cidadã das populações, incentivar e multiplicar as experiências comunicativas no âmbito da educação ambiental podem ser caminhos de esperança nesses tempos tão desafiadores.

REFERÊNCIAS

BACCEGA, Maria Aparecida. Comunicação/Educação e a construção de nova variável histórica. In: **Educomunicação: construindo uma nova área de conhecimento**. Adilson Odair Citelli, Maria Cristina Castilho Costa (orgs). São Paulo: Paulinas, 2011.

BLOIS, Marlene M. Rádio Educativo: uma escola de vida e de cidadania. In: **Rádio Sintonia do Futuro**. André Barbosa, Angelo Pivesan e Rosana Beneton (Orgs). São Paulo: Paulinas, 2004, p. 147-176.

CITELLI, Adilson. Comunicação e educação: convergências educacionais. In: Comunicação, Mídia e Consumo/ Escola Superior de Propaganda e Marketing. v. 7, n. 19 (julho 2010). São Paulo: ESPM, 2010.

COEP – Rede Nacional de Mobilização Social. Rádio vira protagonista durante pandemia. Disponível em <http://coepbrasil.org.br/covid-radio-vira-protagonista-durante-pandemia/>. Acesso: 20/09/2020.

GONÇALVES, Carlos Walter Porto. **Amazônia, Amazônias**. 3.ed. São Paulo: Contexto, 2010.

GUIA PEDAGÓGICO DO PROFESSOR. Vol. 01/Projeto Rádio pela Educação/ Programa Para Ouvir e Aprender. Santarém: Gráfica e Editora Tiagão, 1999.

IMEA – Instituto Mureru Eco Amazônia. **Projeto do Programa de Rádio Rios de Saberes**. Santarém- Pará, S/D.

JUNIOR, Vidal Dias da. EDUCAÇÃO AMBIENTAL POLÍTICA, CIDADANIA E CONSUMO. NO. 11, PP. 214-229 (2009). Site: revistas.rcaap.pt/interaccoes/article/viewFile/383/338. Acesso em 7 de julho de 2019.

MARQUES DE MELO, José; TOSTA, Sandra Pereira. **Mídia & Educação**. Belo Horizonte: Autêntica, 2008.

MARTÍN-BARBERO, Jesus. Desafios Culturais da Comunicação à Educação. In: **Educomunicação: construindo uma nova área de conhecimento**. Adilson Odair Citelli e Maria Cristina Castilho Costa (orgs). São Paulo: Paulinas, 2011.

PIMENTEL, Erivane Laranjeira; RODRIGUES, Rosa Luciana. O rádio como instrumento de educação ambiental no programa Caminhos da Amazônia. In: **Recortes da pesquisa em jornalismo na região oeste do Pará – 10 anos do curso no Iespes**. Adriana Pessoa, Jorgelene Santos, Milton Mauer, Paulo Lima e Rosa Rodrigues (Organizadores). Iespes: Santarém, 2018 – p. 64-74.

Programa Nacional de Educação Ambiental – ProNEA. **Educação Ambiental: por um Brasil sustentável**. Ministério do Meio Ambiente, 2018. Disponível em: http://www.mma.gov.br/images/arquivo/80219/Pronea_final_2.pdf. Acesso em 6 de julho de 2019.

RÁDIO PELA EDUCAÇÃO. Fortalecimento do “Para Ouvir e Aprender” e criação de rádios internas em escolas municipais do Baixo Amazonas (apresentado ao projeto Criança Esperança). Santarém, 2008.

_____. Relatório de atividades. Santarém, 2011.

RODRIGUES, Rosa Luciana Pereira. **O rádio e a educação popular na Amazônia: o processo comunicacional do Projeto Rádio pela Educação**. Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-graduação Comunicação, Cultura e Amazônia da Universidade Federal do Pará. Belém-Pa: UFPA, 2012.

SETTON, Maria da Graça. **Mídia e Educação**. São Paulo: Contexto, 2010.

CAPÍTULO 25

ANÁLISE DOS SISTEMAS DE TELECOMUNICAÇÕES CRÍTICAS MAIS UTILIZADOS PELAS AGÊNCIAS DE SEGURANÇA PÚBLICA E DEFESA NO BRASIL

Wellington Nascimento da Silva, Pós-graduado em Análise de Sistemas e Telecomunicações pela Escola Superior Aberta do Brasil – ESAB

RESUMO

Este artigo teve o objetivo de analisar os Sistemas de Telecomunicações Críticas mais utilizados pelas Agências de Segurança Pública e Defesa no Brasil, que utilizam padrões de radiocomunicação digital, comparando-os e verificando suas características e aplicações. Dentre os autores pesquisados para a constituição conceitual deste trabalho, destacaram-se Abreu (2017), Amaral (2018), Barros (2017), Junior A. (2016) e Junior N. (2013). A metodologia utilizada foi à pesquisa descritiva, tendo como coleta de dados o levantamento bibliográfico. As conclusões mais relevantes foram obtidas por meio de pesquisa científica, comparação dos padrões abordados e análise de características, onde se verifica que todos os padrões diferem em alguns aspectos, todavia, atendem as especificidades de um sistema telecomunicações de missão crítica.

Palavras-chave: Telecomunicações críticas. Padrões de radiocomunicação. Segurança pública.

INTRODUÇÃO

Este artigo visa apresentar uma análise dos sistemas de telecomunicações críticas mais utilizados pelas agências de segurança pública e defesa no Brasil. Esta abordagem ocorre, tendo em vista a necessidade de verificar, diante de uma grande diversidade de sistemas, qual a melhor solução, partindo de comparações e analisando as características de cada padrão de radiocomunicação aberto. Para tanto, o levantamento bibliográfico baseia-se em autores que abordam temas correlatos ao estudado, onde cita-se Cláudio da Silva Abreu, Cristiano Torres do Amaral, André Gustavo Pinheiro do Rêgo Barros, dentre outros.

No nosso país, é uma tarefa complexa a padronização de um sistema telecomunicações críticas, tendo em vista às dimensões, diversidade geográfica e variações de topografia e morfologia, bem como às especificidades de cada local. Partindo desses pressupostos, verifica-se há necessidade de abordar o tema em questão. Todavia, com a diversidade e grandeza do assunto ora estudado, delimita-se o tema, de maneira abordar, no tocante a segurança pública, as Polícias Militares (PM) dos estados, quanto a Defesa, o Exército Brasileiro (EB), tendo em vista ser os maiores usuários destes tipos de sistemas.


Analisar os sistemas de telecomunicações, baseados em três padrões de radiocomunicação digital, sendo o APCO-25, TETRA e TETRAPOL, é a questão central deste trabalho. Para tanto, como objetivo geral, pretende-se verificar qual o melhor padrão para um sistema de telecomunicações, de acordo com as características da missão crítica, tendo como objetivos específicos explicar o que são as telecomunicações críticas, relatar com breve histórico cada padrão de radiocomunicação, analisar comparativamente os padrões, detalhar os sistemas de telecomunicações utilizados pelas agências de segurança e defesa no Brasil e descrever os parâmetros de um sistema de telecomunicações.

A escolha do tema ocorre sobretudo pela escassez bibliográfica para esta temática. O assunto em pauta é de grande relevância no cenário nacional, visto que sem comunicação não se faz segurança com eficiência. Através da comparação dos padrões, com apresentação de quadros, gráficos e figuras, pode-se compreender quais recursos e vantagens cada padrão possui diferente dos demais, indicando qual sistema, baseado nesses padrões proporcionará melhor custo/benefício. Pretende-se assim, propiciar a comunidade acadêmico-científica, como também ao público em geral, um esclarecimento sobre o assunto abordado, servindo como fonte de consulta para subsidiar outras de pesquisas.

Para este artigo, adotou-se a seguinte metodologia científica, baseada numa pesquisa descritiva, com abordagem qualiquantitativa, métodos hipotéticos dedutivos, tendo como coleta de dados, procedimentos de levantamento bibliográfico, pois segundo Gil (2002, p.45), a principal vantagem da pesquisa bibliográfica reside no fato de permitir ao investigador a cobertura de uma gama de fenômenos muito mais ampla do que aquela que poderia pesquisar diretamente.

TELECOMUNICAÇÕES CRÍTICAS

Quando falamos de telecomunicações, logo nos remete a ideia de mídias e veículos de comunicação, como TV e websites. Como lembra Oshiro (2008), Telecomunicação é uma forma de estender o alcance normal da comunicação (tele em grego significa "distância"). Quando o destino da informação não está perto da fonte, ocorre a necessidade de utilização de um conjunto de dispositivos e infraestrutura, que proporcione a fonte, se comunicar com o destino, mesmo a longas distâncias. Logo, percebe-se que telecomunicação se trata de comunicação à distância. Ao examinar a palavra “Crítica”, verifica-se que é o feminino de “Crítico”, que tem como significado “difícil, grave, perigoso”, conforme definido no Dicionário Online de Português. Nesse contexto, segundo Barros (2017) os Sistemas de



telecomunicações utilizam-se de infraestruturas, que geram grandes áreas de cobertura, cuja principal característica é a capacidade de prover comunicação a serviços de missão crítica.

Diante do exposto, percebe-se que as telecomunicações críticas, estão associadas diretamente a missão das agências de defesa e segurança pública, tornando-se fundamental para o desenvolvimento de suas atividades.

Os sistemas de telecomunicações críticas, são baseados em padrões de comunicação aberto, dos quais cita-se o APCO-25, o TETRA e o TETRAPOL.


O APCO-25 ou P25 é um padrão digital para equipamentos de rádio, desenvolvido para sistemas de telecomunicações, adequado para missão crítica de defesa e segurança pública. Segundo Kofre (2018), o P25 foi desenvolvido nos Estados Unidos pela Associação de Oficiais de Comunicações de Segurança Pública, ou APCO. Este padrão contempla características como Criptografia, Confiabilidade, Aumento da Eficiência e Redução de Espera, Direcionamento das Unidades de Rádio e interoperabilidade. Quanto às características acima elencadas, pode-se destacar a interoperabilidade entre diversos fabricantes de equipamentos APCO-25. Desta forma, é possível que operações interagências ocorram com equipamentos de diferentes fabricantes, onde todas conseguem se comunicar.

Diante dos fatos apresentados, percebe-se que o APCO-25 é um sistema de comunicações críticas, seguro, eficiente e seus padrões são capazes de se ajustar conforme a demanda.

O padrão TETRA (Terrestrial Trunked Radio) é um padrão aberto de rádio digital troncalizado. Foi desenvolvido pelo Instituto de Normas Europeias de Telecomunicações (ETSI). Este padrão possui uma arquitetura escalonável, isso representa implementações de redes de forma econômica, variando de um monosítio com cobertura local para multisítios com cobertura ampla e/ou nacional. A padronização do TETRA começou nos anos 80. A primeira versão da especificação da interface aérea foi publicada em março de 1996.

Segundo Amaral (2007) o TETRA tem as seguintes especificações:

Em 1997, o padrão Tetra foi registrado na European Telecommunication Standards Institute (ETSI) e suas especificações disponibilizadas para domínio público. [...] O documento ETSI EN 300.392-2, v.2.5.2, de novembro de 2005, entre outros, descreve as informações técnicas da interface aérea do Tetra. Nesse sentido, nos canais existentes, com espaçamentos de 25 kHz, são alocadas as portadoras do Tetra, de modo que possam coexistir com sistemas convencionais legados e telefonia móvel. Contudo, o acesso aos canais é feito por meio de janelas de tempo definidas, isto é, Acesso Múltiplo por Divisão de Tempo (TDMA).



De modo geral, entende-se o padrão TETRA como sendo um protocolo de comunicação digital aberto, que permite expandir e agregar uma gama de recursos à rede de rádio. As suas principais características são a tecnologia de modulação, taxa de transmissão da portadora e o espaçamento de canais. Este padrão realiza três serviços que se destacam dentre vários, de um sistema baseado no TETRA, que são a Operação Direta no Modo (DMO), permitindo a comunicação "ponto a ponto" entre os terminais de rádio, independentemente da rede. Criptografia de voz de alto nível, para atender às necessidades das agências de segurança e Utilização dos recursos de chamada de emergência, que prioriza a chamada de voz, mesmo que o sistema esteja ocupado.

O padrão TETRAPOL de rádio digital troncalizado é de origem francesa e surgiu na década de 90. A partir de 1992, outros países começaram a usar o TETRAPOL, como a Espanha. Recentemente países como Brasil e Eslováquia também aderiram a esta tecnologia. De acordo com Ludolf (2011) “na Europa, o TETRAPOL está presente na faixa de 380MHz, em canais dedicados à segurança pública. Para tanto, recomenda-se a faixa de UHF, com a canalização de 10KHz ou 12.5KHz e espaçamento de 5MHz na modalidade Duplex”.

Segundo Abreu (2017), foi criado um fórum de discussões para o desenvolvimento do padrão TETRAPOL em âmbito global. A partir daí, as especificações técnicas foram compartilhadas, permitindo a indústria, a fabricação em larga escala dessa tecnologia. Esta tecnologia utiliza Acesso Múltiplo por Divisão de Frequências (FDMA), usando as faixas de frequências compreendidas entre 70 a 520 MHz. Uma das principais características deste padrão é proporcionar comunicação segura com a criptografia fim a fim, que é um diferencial nas redes de radiocomunicação.

O TETRAPOL tem um fator significativamente desfavorável em relação aos demais padrões, só existe um único fornecedor e fabricante mundial, ao contrário do TETRA e do APCO-25 que possuem dezenas de fabricantes mundiais (BARROS, 2017).

Como visto acima, destacam-se três padrões de radiocomunicação utilizados nos sistemas de telecomunicações das agências de segurança e defesa no Brasil. De forma distinta, caracterizou-se cada padrão, com breve relato histórico do seu desenvolvimento.

Como objetivo específico deste artigo, deve-se comparar estes padrões para verificar qual tem o menor custo e melhor desempenho a ser utilizado num sistema de telecomunicações críticas. Para tanto, Silva (2017) destaca os requisitos mínimos de uma rede

de rádio digital, baseada nos padrões aqui estudados, para uso das agências de segurança e defesa.

Utilizar protocolos abertos e possuir diversos fabricantes de terminais e infraestrutura; [...] Utilizar técnicas para uma comunicação segura, com a implementação de criptografia dinâmica na interface aérea, para codificação de voz e transmissão de dados; [...] Estabelecer chamadas de emergência; [...] Intercomunicação imediata e direta com um usuário ou um grupo de usuários, tanto local quanto de outras regiões, e capacidade de operação multisítio; [...] Permitir habilitação e a desabilitação via aérea do acesso de terminais ao sistema; Gravação das comunicações de voz; Interconexão com outras redes de radiocomunicação para redes troncalizadas e convencionais (analógicos ou digitais); Possuir um número de identificação único por terminal; Identificar usuário chamador [...] nos terminais portáteis, móveis, fixos e nas consoles; Todos os equipamentos devem estar certificados e homologados pela ANATEL.

Analisando algumas das principais características que influenciam no desempenho de uma rede de radiocomunicação digital, bem como das possibilidades de integração entre os padrões e demais redes de telecomunicações segue um comparativo de alguns aspectos.

Quanto à “banda de frequência” de operação, o TETRA apresenta desempenho inferior ao APCO-25 e TETRAPOL, tendo em vista que sua frequência mais baixa de operação é de 380 Mhz, enquanto no APCO-25 chega a 130 Mhz e no TETRAPOL até mesmo a 70 Mhz. A área de cobertura de cada sítio varia de acordo com o padrão, todavia, quanto menor a frequência de operação, a propagação de radiofrequência ocorrerá em uma área maior. Destarte, será necessário menor investimento em infraestrutura, isto se o custo dos sites dos distintos padrões fosse similar, no entanto o custo de cada site varia de acordo com o projeto e padrão da rede. De fato, cabe ressaltar que quanto mais sites instalados maior serão os custos com guarda dos equipamentos no local, construção de torre, aquisição de baterias e geradores, despesas com energia elétrica e manutenção das instalações.

No tocante ao “espaçamento de canais e quantos canais podem operar em 25 kHz”, Ludolf (2011) esclarece:

[...] O TETRA apresenta uma eficiência espectral 100% superior ao APCO-25 e TETRAPOL, que apresentam o mesmo desempenho, ou seja, em 25 kHz consegue utilizar apenas dois canais tendo em vista que cada canal utiliza 12,5 kHz, enquanto que o TETRA possui canais de 6,25 kHz. Quanto menor for o canal, maior a quantidade de canais que podem ser utilizados em determinada banda de frequência. [...] A rede TETRA apresenta áudio com boa qualidade e resolve o problema da taxa de transmissão de dados, alocando simultaneamente, quando necessário, quatro canais, de forma a multiplexar e quadruplicar a taxa de transmissão de dados [...].

Em relação a “potência do equipamento”, verifica-se que quanto maior a potência maior a cobertura, quanto maior a frequência e modulação, mais complexa e menor será a cobertura. Silva (2017) explica que um sistema com maior cobertura necessita de mais

frequências, mais sítios, mais enlaces, mais equipamentos, é mais complexo, e apresenta maior custo de aquisição e manutenção.

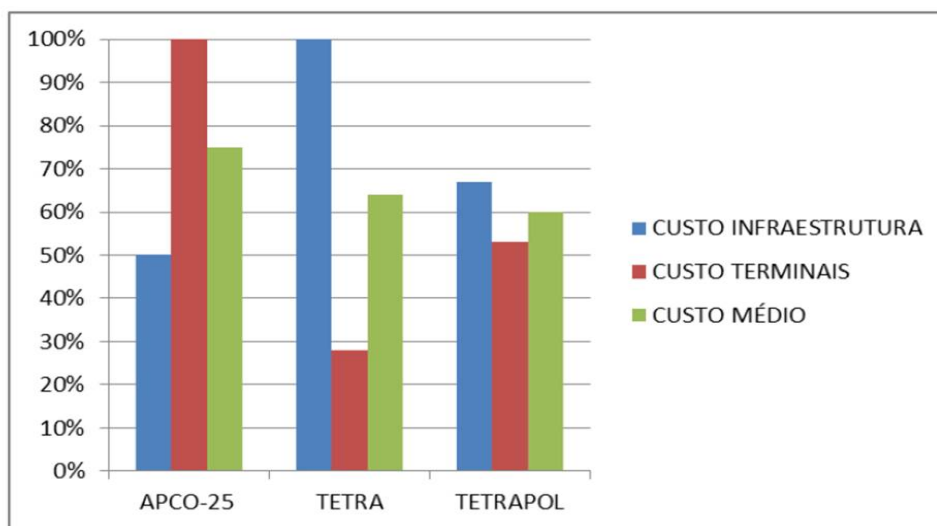
Neste sentido, de forma geral os três padrões TETRA, APCO-25 e TETRAPOL são bem similares, com pequena vantagem para o TETRAPOL.

Quanto à “análise comparativa do path loss e qual o tamanho das células em áreas urbanas e rurais”, percebe-se que esse item influencia acentuadamente os custos de uma rede de radiocomunicação. Dependendo da escolha do padrão a ser utilizado, esses custos com infraestrutura e manutenção serão potencializados. Neste aspecto o APCO-25 possui o maior tamanho da célula, possibilitando maior cobertura com menos sites. O TETRAPOL apresenta um desempenho mediano, sendo o TETRA o que apresenta o pior desempenho em áreas rurais e urbanas dentre os três padrões analisados.

Em relação aos custos de uma rede digital de radiocomunicação, os principais fatores a ser considerado são os custos com terminais e infraestrutura.

A seguir no Gráfico 1, percebe-se o custo médio de uma rede digital de radiocomunicação, tendo como base um comparativo dos padrões APCO-25, TETRA e TETRAPOL.

Gráfico 1 – Custos de uma rede digital de radiocomunicação



Fonte: Ludolf (2011)

No gráfico 1, verifica-se um comparativo dos padrões, analisando os custos totais da rede, com infraestrutura e terminais. Através deste tipo de comparativo, podemos verificar que o padrão TETRAPOL apresenta menor custo médio, tendo em vista a soma dos custos de terminais e infraestrutura.

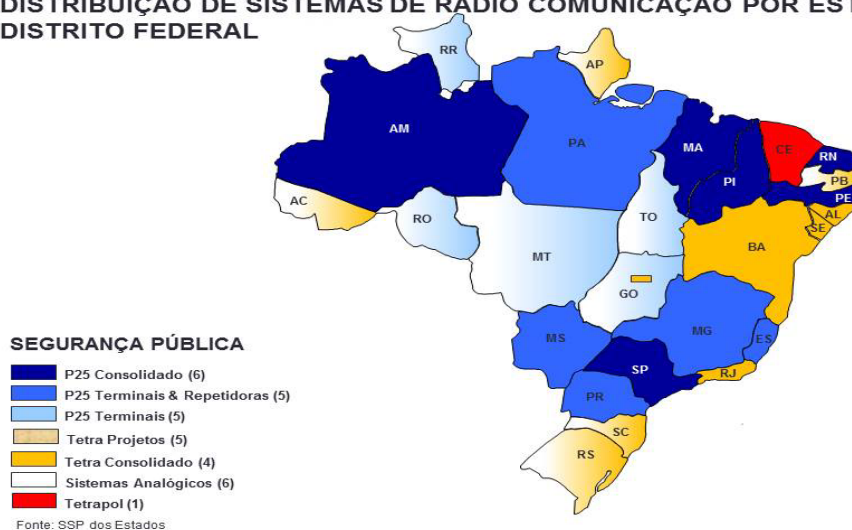
Diante do exposto, verifica-se que cada padrão tem características distintas, se apresentando vantajoso em certos quesitos, todavia em outros chega a ser bem inferior, como por exemplo, na análise do “espaçamento de canais” o TETRA apresentou superioridade de 100% em relação aos outros dois padrões, entretanto na “análise comparativa do path loss e tamanho das células em áreas urbanas e rurais” apresentou o pior desempenho. Desta forma, entende-se que cada padrão atende bem as demandas de telecomunicações em missões críticas, mesmo com desvantagens em determinados aspectos em relação aos outros. Cada padrão digital aqui apresentado tem os requisitos mínimos necessários para um sistema seguro e eficiente. Cabe ao demandante, optar, de acordo suas reais necessidades, por um projeto de rede com bom custo/benefício.

Considera-se como ferramenta indispensável às agências de segurança e defesa, a escolha de um sistema eficiente. Nesses sistemas, observa-se que há uma gama de recursos e serviços disponíveis, de acordo com o padrão utilizado, todavia, de modo geral, todos têm bons desempenhos, auxiliando significativamente os agentes no campo. Com a utilização de softwares modernos, com capacidade de atualização, é possível gerenciar todo o sistema de um sitio mestre (*master site*).


Pode-se perceber na Figura 1 que segue abaixo, as informações da distribuição, por estados, dos sistemas de telecomunicações críticas, de acordo com os padrões de radiocomunicação utilizados no Brasil pelas agências de segurança pública:

Figura 1 – Mapa de Cobertura dos sistemas de telecomunicações no Brasil

MAPA DE COBERTURA
DISTRIBUIÇÃO DE SISTEMAS DE RADIO COMUNICAÇÃO POR ESTADOS E O DISTRITO FEDERAL




Fonte: Secretarias de Segurança Pública dos Estados



Referenciando as agências de segurança e defesa, no âmbito do Governo Federal, que utilizam sistemas de telecomunicações baseados em padrões de radiocomunicação digital, pode-se destacar Força Nacional de Segurança Pública, o Exército Brasileiro e o Departamento Penitenciário Nacional, que utilizam equipamentos com base no padrão APCO-25. Quanto aos que utilizam equipamentos com base no padrão TETRA pode-se destacar a Polícia Rodoviária Federal e os que utilizam equipamentos com base no padrão TETRAPOL destaca-se a Polícia Federal.

Analisando a figura 1 e relacionando com as agências de segurança e defesa no âmbito do Governo Federal, nota-se uma grande diversidade de sistemas utilizados. Essa variedade é dada por fatores políticos, econômicos e de topografia local. Observa-se ainda que não há uma regulamentação por parte da ANATEL, determinando qual padrão deve ser utilizado. Assim, as agências vão adquirindo seus sistemas independentemente, dificultando a interoperabilidade e/ou compartilhamento dos recursos, que ocasionaria otimização dos custos, sobretudo de infraestrutura. Essas variáveis influenciam diretamente na aquisição dos sistemas. Ao adquirir um sistema, leva-se em consideração o relevo e a topologia local, visto que alguns padrões possuem capacidade de propagação de radiofrequência a maiores áreas de cobertura. O fator econômico também é determinante para esse tipo de aquisição. Um custo de um sistema de comunicação varia de acordo com o projeto que por sua vez varia de acordo com a demanda, com base nas tecnologias e padrões de radiocomunicação disponíveis. O custo será o resultado da escolha do padrão a ser utilizado, vezes o projeto de infraestrutura desenvolvido.

Observa-se na página oficial do Governo do Estado da Paraíba na web, que no ano de 2017 a Secretaria de Estado da Segurança e da Defesa Social do Estado da Paraíba, adquiriu um sistema de telecomunicações críticas baseado no padrão TETRA. Na ocasião, foram investidos 33.000.000,00 (trinta e três) milhões de reais num sistema que tem cobertura em todo o estado, com utilização de estações rádio base, sítio mestre gerenciador do sistema, terminais fixos e portáteis, estações de despacho, torres de instalação de antenas e infraestrutura completa. Conforme consta no site cidade-brasil, o Estado da Paraíba tem 223 (duzentos e vinte e três) municípios e com base em informações no site do IBGE, tem aproximadamente quatro milhões de habitantes. Para um Estado com essas características, foi necessário um investimento nessa ordem, logo, isso nos remete a estimar qual o custo necessário para implantar um sistema em grandes estados como São Paulo, Minas Gerais e Rio



de Janeiro? Assim, percebe-se que o fator econômico, é determinante na aquisição de novas soluções em telecomunicações.


No tocante a defesa, verifica-se que o Exército Brasileiro (EB), está desenvolvendo o Sistema Nacional de Comunicações Críticas (SISNACC), que possibilitará a atualização, ampliação e compartilhamento das informações dos órgãos governamentais e tem por objetivo atender a todos os municípios brasileiros por meio da integração dos sistemas utilizados pelas Forças Armadas, Receita Federal, Polícia Federal e polícias civis e militares dos estados. Para tanto, o EB adquiriu várias tecnologias de radiocomunicação. Todavia, como opção principal para uso no SISNACC, o EB utiliza o padrão APCO-25.

Com base nesse padrão, o EB criou o Sistema de Radiocomunicação Digital Troncalizado (SRDT), que são redes de rádio regionalizadas e quando integradas, compõem o SISNACC. Instalado em 20 cidades brasileiras, das quais 17 (dezesete) capitais (Manaus, Porto Velho, Cuiabá, Campo Grande, Porto Alegre, Curitiba, São Paulo, Rio de Janeiro, Belo Horizonte, Goiânia, Brasília, Salvador, Recife, Natal, Fortaleza, Teresina, Belém), o SISNACC realizará a cobertura de municípios com população superior a 20 mil habitantes, das regiões fronteiriças, de infraestruturas críticas e de interesse das agências públicas.

Os principais objetivos do SISNACC são a racionalização dos custos, compartilhamento da infraestrutura e interoperabilidade dos sistemas regionais, definir junto a Anatel o espectro de frequência adequado, padronização de tecnologia, maior cobertura geográfica com redução de custos de infraestrutura e logística integrada. Cabe ressaltar que atualmente a diversidade de sistemas utilizados pelas agências de segurança e defesa no Brasil, torna-se um grande desafio ao SISNACC, quanto à possibilidade de assegurar um sistema único e eficiente, de abrangência nacional.

Um sistema de telecomunicações deve atender alguns parâmetros mínimos para desempenhar bem a função de comunicar, sobretudo de maneira segura em missões críticas. Quanto à área de cobertura, deve-se realizar previamente a predição do terreno para garantir a cobertura desejada com o menor custo. Com base nessas informações, verifica-se a localização de instalação das estações rádio base (sítios), levando em consideração a segurança dos equipamentos.

Em relação ao sistema elétrico que mantém os aparelhos em funcionamento, deve-se certificar que a rede elétrica pública tenha capacidade de alimentar o sistema e ser capaz de atender a demanda de energia na potência máxima de todas as estações base operando



simultaneamente. Como forma de garantir o funcionamento do sistema, há a necessidade de prover um recurso secundário, no caso de a energia da rede pública vir a falhar.

Todo sistema necessita de um centro de coordenação e controle, local onde abrigará as consoles de despacho e a infraestrutura de suporte, supervisão e gerenciamento da rede. Com base nos parâmetros apresentados, é possível verificar, que é impossível pensar num sistema de telecomunicações críticas sem considerar critérios específicos como segurança da rede, coordenação e controle do gerenciamento da rede, redundância, capacidade de cobertura de grandes áreas e o custo final do projeto, de acordo com o padrão a ser utilizado.

Assim, diante dos fatos apresentados e considerando as variáveis como orçamento/custos, topografia local e a diversidade de padrões, verifica-se a impossibilidade de descrever qual o melhor padrão para um sistema. Todavia, com relação aos sistemas com os padrões aqui apresentados, percebe-se que apesar das diferenças, todos atendem bem um a necessidade da missão crítica, proporcionando comunicação segura a longas distâncias, agregando recursos essenciais à rede de rádio.

CONCLUSÃO

O presente artigo teve por objetivo principal analisar qual o melhor sistema de telecomunicações, baseado nos padrões de radiocomunicação digital, para as agências de segurança pública e defesa no Brasil. Conceitua “telecomunicações críticas”. Relata com breve histórico os três padrões digital de radiocomunicação estudados. Apresenta um comparativo dos três padrões, analisando seus desenvolvimentos, considerando alguns parâmetros, onde percebe-se que de forma geral, nenhum é totalmente melhor que o outro. Em alguns aspectos abordados o TETRA foi superior aos outros dois, bem como o APCO-25 e o TETRAPOL também tiveram desempenho superiores aos demais em alguns aspectos.

Com base no que foi pesquisado, conclui-se que não foi possível esclarecer a hipótese levantada na introdução deste artigo, porque ao analisar e comparar as soluções de telecomunicações ora abordadas, percebe-se que não há um sistema melhor, todos diferem em alguns especificidades, remetendo a seguinte consideração, que um sistema para ser bom, deve-se levar em conta a necessidade do demandante. Considerando os aspectos topográficos e orçamentários. O desenvolvimento de um bom projeto é, de fato, a melhor solução para aquisição de um sistema de telecomunicações críticas, seguro e eficiente.

Ressalta-se que pode haver melhores bibliografias para o tema abordado, portanto este assunto não se exauriu aqui, sendo constantemente alterado por grupos de estudos e até

mesmo por profissionais de Tecnologia da Informação e Comunicações (TIC), bem como por profissionais de Telecomunicações, sobretudo das agências de segurança pública e defesa. Em face do exposto, indico o presente artigo, dentre outras fontes de pesquisa, como subsídio para futuros trabalhos acadêmicos que abordem temáticas relacionadas com o tema analisado, por existir informações de autores que descrevem sobre os Sistemas de Telecomunicações Críticas mais utilizados pelas Agências de Segurança Pública e Defesa no Brasil.

REFERÊNCIAS

ABREU, Cláudio da Silva. **Estudo da migração do Sistema de Radiocomunicação Analógico para Digital e sua implantação em uma permissionária de energia**. Ijuí: UNIJUÍ, 2017.

ALCON Tecnologia TETRA. **Tecnologia TETRA**. Disponível em: <<http://alcon.com.br/site/tecnologia-tetra/>>. Acesso em: 30 dez. 2018.

AMARAL, Cristiano Torres do. **Rádio Troncalizado Terrestrial Trunked Radio (TETRA): Fatores relevantes na integração entre redes**. Belo Horizonte: TELECO, 2007. Disponível em: <<http://www.sige.ita.br/anais/VIIISIGE/GE/GE001.pdf>>. Acesso em: 30 dez. 2018.

BARROS, André Gustavo Pinheiro do Rêgo. **Inovação em Gestão de Tecnologia da Informação e Comunicações no Setor Público: Análise de uma Proposta**. Brasília: FGV, 2017.

BERTOZI, 2016, p. 1. Disponível em: <www.bertozi.com/adb/Radioamadorismo/Aplicações%20trucking.doc>. Acesso em: 30 dez. 2018.

Cidade Brasil. **Estatísticas**. Disponível em: <<https://www.cidade-brasil.com.br/estado-paraiba.html>>. Acesso em: 30 dez. 2018.

Dicionário Online de Português. **Crítico**. Disponível em: <<https://www.dicio.com.br/critico/>>. Acesso em: 30 dez. 2018.

ETSI EN 300.392-2, v.2.5.2, **Interface Aérea Tetra 2005**, 898p.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4ª ed. São Paulo: Atlas, 2002, p. 45.

Governo do Estado da Paraíba. **Segurança recebe equipamentos de novo sistema de rádio comunicação digital avaliado em R\$ 33 milhões**. João Pessoa: 2017. Disponível em: <<http://paraiba.pb.gov.br/seguranca-recebe-equipamentos-de-novo-sistema-de-radio-comunicacao-digital-avaliado-em-r-33-milhoes/>>. Acesso em: 30 dez. 2018.

IBGE. **População**. Disponível em <<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/pb/panorama>>. Acesso em: 30 dez. 2018.

JUNIOR, Humberto Abdalla. **Sistemas Integrados de Comunicação Crítica**. Brasília: UNB - Universidade de Brasília, 2016.

JUNIOR, Eduil Nascimento. **Implantação de Algoritmo para Análise de Radiopropagação em Aplicações de Segurança Pública**. Curitiba: UFPR, 2013.

KOFRE Sistemas de Rádio Digital P25. **Um dos mais modernos sistemas digital de rádio trunking do mundo para quem opera em missão crítica**. Disponível em: <<http://www.kofre.com.br/solucoes/sistema-trunking/sistema-digital-p25>>. Acesso em: 30 dez. 2018.

LEITE, João Paulo. **Sistema TETRA**. Brasília: UNB - Universidade de Brasília, 2015.

LUDOLF, Eduardo Martinelli. **Radiocomunicação digital na Segurança Pública**, ed. 1. Campinas: Universidade São Francisco, 2011.

OSHIRO, Angela dos Santos. **Redes de Acesso e Serviços de Telecomunicações**, ed. 1. Vila Velha: ESAB – Escola Superior Aberta do Brasil, 2008.

Rádio Tetrapol – TELECO. **Radio Tetrapol – Segurança: Introdução**. Disponível em: <http://www.teleco.com.br/tutoriais/tutorialtetrapol/pagina_1.asp>. Acesso em: 30 dez. 2018.

SILVA, Eduardo Gonçalves da. **Padrões de Radiocomunicação Digital**. Disponível em: <https://projetos.inf.ufsc.br/arquivos_projetos/projeto_18/artigo.pdf> Acesso em: 30 dez. 2018.

SISNACC. **Sisnacc integrará sistema de comunicações críticas**. Disponível em: <<https://www.rondoniagora.com/geral/sisnacc-integrara-sistema-de-comunicacoes-criticas>>. Acesso em: 30/12/2018.

SISNACC – **Sistema Nacional de Comunicações Críticas**. Disponível em: <http://www.anatel.gov.br/Portal/documentos/sala_imprensa/21-9-2015--15h10min29s-Apres_4_6_SISNACC.pdf>. Acesso em: 30 dez. 2018.

www.editorapublicar.com.br
contato@editorapublicar.com.br
@epublicar
facebook.com.br/epublicar

COMUNICAÇÃO NA ERA DIGITAL:

INFORMAÇÃO, CONHECIMENTO E CONEXÕES CULTURAIS

Roger Goulart Mello
Patrícia Gonçalves de Freitas
(Organizadores)



2020

www.editorapublicar.com.br
contato@editorapublicar.com.br
[@epublicar](https://www.facebook.com/epublicar)
[facebook.com.br/epublicar](https://www.facebook.com/epublicar)

COMUNICAÇÃO NA ERA DIGITAL:

INFORMAÇÃO, CONHECIMENTO E CONEXÕES CULTURAIS

Roger Goulart Mello
Patrícia Gonçalves de Freitas
(Organizadores)



2020