

A CONSTRUÇÃO DA PESQUISA EM ESTÚDOS DA MÍDIA E PRÁTICAS SOCIAIS

ITAMAR DE MORAIS NOBRE
SEBASTIÃO GUILHERME ALBANO DA COSTA
ALICE OLIVEIRA DE ANDRADE
(ORGS.)

VOL. 1

**A
CONSTRUÇÃO
DA PESQUISA
EM ESTUDOS
DA MÍDIA
E PRÁTICAS
SOCIAIS**



Universidade Estadual da Paraíba

Prof. Antonio Guedes Rangel Junior | *Reitor*

Prof. Flávio Romero Guimarães | *Vice-Reitor*



Editora da Universidade Estadual da Paraíba

Luciano Nascimento Silva | *Diretor*

Antonio Roberto Faustino da Costa | *Editor Assistente*

Cidoval Moraes de Sousa | *Editor Assistente*

Conselho Editorial

Luciano do Nascimento Silva (UEPB)

Antônio Roberto Faustino (UEPB)

Cidoval Moraes de Sousa (UEPB)

José Luciano Albino Barbosa (UEPB)

Antônio Guedes Rangel Junior (UEPB)

Flávio Romero Guimarães (UEPB)

Conselho Científico

Raffaele de Giorgi (UNISALENTO/IT)

Jorge Eduardo Douglas Price (UNCOMAHUE/ARG)

Celso Fernandes Campilongo (USP/ PUC-SP)

Juliana Magalhães Neuwander (UFRJ)

Vincenzo Carbone (UNINT/IT)

Vincenzo Milittello (UNIPA / IT)

Jonas Eduardo Gonzalez Lemos (IFRN)

Eduardo Ramalho Rabenhorst (UEPB)

Gonçalo Nicolau Cerqueira Sogas de Mello Bandeira (IPCA/PT)

Gustavo Barbosa Mesquita Batista (UEPB)

Rodrigo Costa Ferreira (UEPB)

Glauber Salomão Leite (UEPB)

Germano Ramalho (UEPB)

Dimitre Braga Soares de Carvalho (UFRN)



Editora filiada a ABEU

EDITORA DA UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA

Rua Baraúnas, 351 - Bairro Universitário - Campina Grande-PB - CEP 58429-500
Fone/Fax: (83) 3315-3381 - <http://eduepb.uepb.edu.br> - email: eduepb@uepb.edu.br

Itamar de Moraes Nobre
Sebastião Guilherme Albano da Costa
Alice Oliveira de Andrade
(Organizadores)

**A CONSTRUÇÃO DA PESQUISA
EM ESTUDOS DA MÍDIA E
PRÁTICAS SOCIAIS**

 **eduepb**
Campina Grande-PB
2017

Copyright © EDUEPB

A reprodução não-autorizada desta publicação, por qualquer meio, seja total ou parcial, constitui violação da lei nº 9.610/98.

Projeto gráfico e editoração eletrônica

John Willian Lopes

Revisão textual

Dos autores

Conselho Científico

Beatriz Corrêa Pires Domelles (PUC-RS)

Betânia Maciel (Facipe)

Cristina Schmidt Silva Portêro (UMC)

Lury Parente Aragão (Uneb)

Karina Janz Woitowicz (UEPG)

Marcelo Pires de Oliveira (UESC)

Marcelo Sabbatini (UFPE)

Maria Érica de Oliveira Lima (UFC)

Pedro Paulo Procópio de Oliveira Santos (Facipe)

Severino Alves de Lucena Filho (UFRPE)

Suelyly Maria Maux Dias (UFPB)

Autores

Alice Oliveira de Andrade

Camila Priscila Lopes

Carolina Aires Mayer

Caroline Cruz

Celly Sayonara Soares Maia

Ciro José Peixoto Pedroza

Dilson Florêncio Rodrigues

Felipe Gibson Cunha

Fernanda Gabriela Gadelha

Francisco José da Silva Rocha Filho

Geilson Fernandes de Oliveira

Itamar de Moraes Nobre

John Willian Lopes

Kalianny Bezerra de Medeiros

Kassandra Lima

Marcelo Rodrigo da Silva

Maria Beatriz Silva de Andrade

Maria das Graças Pinto Coelho

Maria do Socorro Furtado Veloso

Maria Helena Braga e Vaz da Costa

Mariana Lemos de Moraes Bezerra

Moabe Breno Ferreira Costa

Rafael Marques Garcia

Rafaela Bernardazzi Torrens Leite

Ranilson de Oliveira Silva

Sebastião Guilherme Albano

Taianne de Lima Gomes

Thays Helena Silva Teixeira

Valquíria Aparecida Passos Kneipp

Veruza de Moraes Ferreira

Depósito legal na Biblioteca Nacional, conforme Lei nº 10.994, de 14 de dezembro de 2004

FICHA CATALOGRÁFICA ELABORADA PELA BIBLIOTECA CENTRAL – UEPB

N754 A construção da pesquisa em estudos da mídia e práticas sociais [livro eletrônico]. / Itamar de Moraes Nobre, Sebastião Guilherme Albano, Alice Oliveira de Andrade. (Organizadores). - Campina Grande: EDUEPB, 2017.

8904 kb. - 430 p. : il.

Modo de acesso: Word Wide Web <http://eduepb.uepb.edu.br/e-books/>

ISBN: 978-85-7879-447-7

ISBN E-BOOK: 978-85-7879-446-0

1. Teoria da Comunicação. 2. Práticas sociais. 3. Estudos da mídia 4. Pesquisa. 5. Metodologias. I. Nobre, Itamar de Moraes. II. Albano, Sebastião Guilherme. III. Andrade, Alice de Oliveira. IV. Título.

NOTA DOS ORGANIZADORES

Este título é um resultado do componente “Estudos da Mídia e Práticas Sociais”, vinculada à grade curricular do Programa de Pós-Graduação em Estudos da Mídia (PPgEM), da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN), cursada por mestrandos edoutorandos. A proposta é que seja um primeiro volume da *Coleção Estudos da Mídia e Práticas Sociais*, cujo título faça jus ao nome do componente - oferecido anualmente pelo programa, em geral no segundo semestre. A ideia é que essa publicação tenha continuidade a cada edição da mesma, sendo uma obra organizada pelos docentes da disciplina, com a participação de algum(a) aluno(a). As temáticas são diversas, dentro das áreas de interesses dos alunos da pós-graduação, como temas próximos dos seus projetos de pesquisas e dos seus orientadores. O intuito é inserir o(a) pesquisador(a) pós-graduando(a) no itinerário da produção científica, oferecendo-lhe espaço e oportunidade de publicar e visibilidade no meio científico. Para além disso, ser uma prestação de contas dos conteúdos discutidos na disciplina, concretizando a ideia de produção científica do PPgEM/UFRN. Trata-se de apresentar a diversidade de objetos de pesquisas, os olhares dos pesquisadores e o percurso das experiências desenvolvidas em busca da maturidade acadêmica. São assuntos envolvendo temas relacionados a gênero, a comunicação digital, o ciberativismo, a espetacularização, a relações de poder, a comunicação e cultura popular, as Epistemologias do Sul, a hegemonia e contra-hegemonia, produções audiovisuais, produção editorial, cidadania, radiodifusão, comunicação e educação, globalização, identidade e cinema. Cada escrita, cada texto é um passo dado para o avanço na pesquisa acadêmica, é uma descoberta de possibilidades de se apresentar como pesquisador(a) e uma forma de constituir uma memória da sua passagem como pós-graduando(a) pelo PPgEM/UFRN.

SUMÁRIO

PARTE I - INTERNET, CIDADANIA, DISPOSITIVOS MIDIÁTICOS E ESTUDOS INTERDISCIPLINARES NA PERSPECTIVA DAS PRÁTICAS SOCIAIS

**Comunicação, cultura e dispositivo: sobre
identidades e dignidades quilombolas.....12**

Felipe Gibson Cunha

**Comunicação digital e acessibilidade: relato de
experiências sobre produção de obra audiovisual
destinado a pessoas com deficiência auditiva.....34**

Rafael Marques Garcia

**Comunicação, educação: interfaces para a
descolonização do saber.....51**

Dilson Florêncio Rodrigues

Itamar de Moraes Nobre

**A Folkcomunicação como espaço de resistência: a
inserção nos periódicos acadêmicos no contexto das
Epistemologias do Sul.....71**

Alice Oliveira de Andrade

Francisco José da Silva Rocha Filho

Itamar de Moraes Nobre

**Explorando os estudos sobre o ciberativismo LGBT no
Brasil: um movimento de “pesquisa da pesquisa”...90**

John Willian Lopes

Maria do Socorro Furtado Veloso

A perspectiva da participação em uma ação de crowdfunding: um estudo de caso da Hamburgueria Zebeléo 109

Kalianny Bezerra de Medeiros

Mariana Lemos de Moraes Bezerra

Taianne de Lima Gomes

Valquíria Aparecida Passos Kneipp

Cidadania enquanto dispositivo midiático: frahmentos históricos, controle e esfera pública comunicacional... 129

Thays Helena Silva Teixeira

PARTE II - ESPETACULARIZAÇÃO MIDIÁTICA, DISCURSO E NARRATIVAS NA CIBERCULTURA

A espetacularização do risco: uma revisão teórica dos principais conceitos que regem a prática da selfie de risco na contemporaneidade 148

Camila Priscila Lopes

Maria das Graças Pinto Colheo

Práticas discursivas e relações de poder: algumas chaves de leitura para os estudos da mídia 167

Geilson Fernandes de Oliveira

Maria das Graças Pinto Coelho

#ShowdosAtrasados do Enem: a espetacularização dos candidatos em busca da propagabilidade do humor 187

Celly Sayonara Soares Maia

Maria Beatriz Silva de Andrade

**A narrativa cotidiana no Stories: como temos
construído a nossa história pessoal na rede?206**

Kassandra Merielli Lopes Lima

Caroline Bittencourt Leite Tinôco Cruz

O desejo de visibilidade midiática na cibercultura.225

Fernanda Gabriela Gadelha

**Da memória digital ao planejamento da cidade
turística: uma perspectiva metodológica com base na
experiência de Ilhéus-BA.....244**

Moabe Breno Ferreira Costa

PARTE III - AUDIOVISUAL, ESTÉTICA E RÁDIO

**A voz de Brasília: uma cartografia da radiodifusão
pública em rede269**

Ciro José Peixoto Pedroza

**Da criação estética ao inconsciente estético nas
charges: entre a *mimèsis* e a *sèmiosis*292**

Marcelo Rodrigo da Silva

**A chegada do cinema e das ondas do rádio no Rio
Grande do Norte312**

Ranilson de Oliveira Silva

A cor no cinema de Jean-Luc Godard333

Veruza de Moraes Ferreira

Maria Helena Braga e Vaz da Costa

Barbarella (1968): uma análise do arco narrativo na perspectiva do protagonismo feminino356

Carolina Aires Mayer

A relação entre os usuários e conteúdo e suas práticas no YouTube.....370

Rafaela Bernardazzi Torrens Leite

Memórias do infinito: Nostalgia de la luz e El botón de nácar.....392

Sebastião Guilherme Albano da Costa

Dados dos autores.....419

PARTE I

INTERNET, CIDADANIA, DISPOSITIVOS
MIDIÁTICOS E ESTUDOS INTERDISCIPLINARES NA
PERSPECTIVA DAS PRÁTICAS SOCIAIS

COMUNICAÇÃO, CULTURA E DISPOSITIVO: SOBRE IDENTIDADES E DIGNIDADES QUILOMBOLAS

Felipe Gibson Cunha

Os quilombos adquiriram diferentes significados na trajetória histórica do Brasil colonial ao contemporâneo. Do lugar reprimido pelas autoridades, tornou-se símbolo de resistência da população negra. No contexto das comunidades remanescentes de quilombos, sobre o qual trata este artigo, a comunicação se mostra essencial para a autoafirmação negra e quilombola que fortalece a luta por reconhecimento. Como postula a Teoria da Folkcomunicação, a transmissão das informações se dá por meio da cultura, configurada no cotidiano quilombola como dispositivo étnico-comunicacional, se entrecruzando com os discursos da negritude e da origem quilombola. Enquanto canal comunicacional, a cultura gera uma nova consciência e dignidade aos quilombolas, abrindo caminhos para o reconhecimento.

Introdução

A história dos quilombos e quilombolas passa pela compreensão da ideia de raça como alicerce das relações sociais no Brasil. Foi esse o ponto de partida da produção das identidades sociais negra, indígena e branca, adotadas até hoje pelo senso comum como formadoras do povo brasileiro. Entretanto, ao ser construída verticalmente, do colonizador branco sobre os colonizados negros e índios, a ideia de raça produziu uma associação das novas identidades sociais a “hierarquias, lugares e papéis sociais correspondentes” (QUIJANO, 2005, p. 117).

A divisão racial da sociedade se revelou, na verdade, uma divisão social codificada por traços fenotípicos. O negro, como colonizado, foi relegado a lugares inferiores aos do branco na hierarquia social. Ao lado da ideia de “raça negra”, as noções de “escravo” e “africano” guarneciam a construção social da identidade das populações escravizadas. Ao serem traficadas pelo Oceano Atlântico e usadas como de mão-de-obra escrava no Brasil, as populações subjugadas pelo sistema escravista tiveram suas distintas identidades étnico-culturais e origens territoriais violadas mediante a construção social de uma identidade que os indiferenciava e unificava como negros, escravos e africanos (BARROS, 2010, p. 39).

Diante da vida escrava, uma das principais formas de resistência foi a fuga e formação de quilombos, como ficaram conhecidas as comunidades constituídas pelos escravizados fugitivos. Depois de reprimidos pelas autoridades coloniais enquanto vigorou o sistema escravista, os quilombos passaram 100 anos esquecidos dos textos e políticas oficiais após a abolição da escravidão, em 1888. Os territórios quilombolas só voltaram a ser mencionados na Constituição de 1988, quando ressurgiram sob a classificação de comunidades remanescentes de quilombos.

Apesar da invisibilidade à qual foram submetidos, os quilombos adquiriram novos sentidos, construídos especialmente na década de 1970 no ativismo de intelectuais negros e movimentos sociais. Tra-

tava-se da inversão do viés negativo associado ao negro e o quilombo. A negritude, assumida e afirmada com orgulho, e o quilombo, lembrado como símbolo da resistência negra, viraram bandeiras na defesa da história e dos direitos da população negra.

Embora a luta dos quilombolas por reconhecimento e direitos já fosse uma realidade, o ano de 2003 marcou o início de um processo ampliado de organização política das comunidades, sobretudo com a publicação do decreto federal 4.887, que regulamentou os mecanismos de certificação e regularização fundiária das comunidades remanescentes de quilombos. Até hoje são 2.849 comunidades reconhecidas oficialmente como remanescentes de quilombos, certificação que tem como critério a autoatribuição, processo que como veremos, envolve um processo complexo de afirmação étnica que tem na comunicação uma de suas facetas.

Para produzir sua afirmação étnica internamente e externamente, as comunidades comunicam identidades quilombolas, processo que tem na cultura um de seus principais núcleos. Na tentativa de identificar e conceituar a comunicação de identidades no universo cultural quilombola, entrelaçamos concepções da teoria da Folkcomunicação, a ideia de dispositivo, noções de espaço e território, além do conceito de etnogênese.

Como veremos adiante, a cultura se constitui como dispositivo étnico-comunicacional nas comunidades remanescentes de quilombos. Se tem fins políticos específicos, como acessar direitos sociais e fundiários, a comunicação da identidade quilombola também engloba uma consequência simbólica, relacionada a uma nova dignidade proporcionada pela assunção do pertencimento comunitário. Trata-se, portanto, de uma identidade étnica e ética, que tem sua comunicação materializada pela cultura.

Quilombo e quilombola como construções sociais

O tráfico escravo do Oceano Atlântico se desdobrou em inúmeros impactos históricos, afetando marcantemente a cultura, identidade e produção de conhecimento das populações escravizadas. O Brasil, como destino de milhões de pessoas traficadas da atual África, foi palco da aniquilação cultural daqueles que chegavam nos navios negreiros, indiferenciados e unificados como negros, africanos e escravos. O bloqueio da diversidade étnica dos escravizados se amplificou com a visão de que a mão-de-obra escrava tinha uma origem territorial única, a África, referenciada como um lugar atrasado frente à civilização branca e europeia.

Às concepções de negro e África, acrescenta-se a noção da escravidão como peça-chave de um sistema econômico. No comércio transatlântico, o corpo negro se torna produto, explorado comercialmente tanto em seu território de origem, onde grupos tribais africanos passaram a lucrar com o tráfico de pessoas, quanto nas transações comerciais dos europeus nas colônias, onde funcionava o comércio interno do corpo negro, africano e escravo. Com a incorporação da escravidão à identidade elaborada na cor da pele e origem territorial, a condição de escravo passou a identificar o indivíduo negro e africano.

Para o historiador José D'Assunção Barros, as noções de “negro”, “africano” e “escravo” constituíram “o fundo ideológico da montagem do sistema escravista no Brasil” (BARROS, 2010, p. 42), sendo tal construção ideológica um produtor de abismos profundos na consciência dos colonizados:

(...) o negro no Brasil e no resto da América passou a ser visto como uma realidade única e monolítica, e, com o tempo, foi levado a enxergar a si mesmo também desta maneira. Perdidos os antigos padrões de identidade que existiam na África, o negro afro-brasileiro sentiu-se compelido a iniciar a aventura de construir para si uma nova identidade cultural, adaptando-a à própria cultura colonial (BARROS, 2010, p. 44).

O despojamento das identidades históricas dos colonizados é identificado por Aníbal Quijano (2005) como uma implicação óbvia da ação do poder colonial. Uma segunda e menos óbvia, de acordo com o sociólogo, é que a identidade racial, colonial e negativa retira do colonizado “seu lugar na história da produção cultural da humanidade” (p. 127). Por trás do esvaziamento cultural dos povos estava o avanço de uma ordem cultural global centrada na Europa. Nas palavras de Quijano (2005), “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” (p. 121).

Enquanto vigorou o escravismo no Brasil e o quadro de violação cultural dos escravizados, os quilombos se constituíram como espaços em que se experimentava a liberdade cultural. Da mesma maneira, as comunidades remanescentes de quilombos apresentam singularidades culturais que podem ser enxergadas nas diversas manifestações culturais transmitidas ancestralmente nesses territórios.

Ao resgatar a origem do quilombo, Kabengele Munanga (1996) explica que a palavra é a versão aportuguesada de *kilombo*, originária dos povos de línguas bantu, grupo etnolinguístico que engloba centenas de subgrupos étnicos habitantes dos atuais territórios de Angola e Zaire. O quilombo se caracterizava por ser uma associação guerreira aberta, sem distinção de linhagens e transcultural. Os membros do grupo passavam por rituais de iniciação que os desvinculavam de suas linhagens originárias e os integravam ao quilombo como guerreiros. A transculturalidade vem das contribuições de povos distintos, com destaque para os imbangala (MUNANGA, 1996, p. 60).

Por sua característica nômade e as especificidades de sua formação social, a sociedade imbangala pode ser reconhecida no quilombo, conforme relaciona Maria Beatriz Nascimento (1985), que explora os diferentes significados da palavra:

Kilombo aqui recebe o nome de instituição em si. Seria *Kilombo* os próprios indivíduos ao se incorporarem à sociedade Imbangala.

Outro significado estava representado pelo território ou campo de guerra que denominava-se *jaga*. Ainda outro significado para *Kilombo*, dizia respeito ao local, casa sagrada, onde processava-se o ritual de iniciação. O acampamento de escravos fugitivos, assim como quando os Imbangala estavam em comércio negreiro com os portugueses, também era *Kilombo* (NASCIMENTO, 1985, p. 43).

Tanto Munanga (1996) quanto Nascimento (1985) atentam para as semelhanças na formação do *kilombo* entre os povos bantu na África e o surgimento do famoso Quilombo dos Palmares, na região da antiga Capitania de Pernambuco e agora estado de Alagoas. Os quilombos africano e brasileiro se estabeleceram com mais força coincidentemente entre os séculos XVI e XVII, se assemelhando também em aspectos como organização, formato de liderança, nomeações e caráter transcultural. Ao comparar os modelos brasileiro e africano, Munanga (1996) conclui que “o quilombo brasileiro é, sem dúvida, uma cópia do quilombo africano reconstruído pelos escravizados para se opor a uma estrutura escravocrata, pela implantação de uma outra estrutura política na qual se encontraram todos os oprimidos” (p. 63).

Apesar da primeira aparição dos quilombos em documentos do período colonial ter acontecido em data anterior, somente em 1740, como resposta à uma consulta do Conselho Ultramarino, Portugal trouxe uma definição institucionalizada de quilombo. Assim, “toda a habitação de negros, que passem de cinco, em parte despovoada, ainda que não tenham ranchos levantados e nem se achem pilões nele” (ALMEIDA, 2002, p. 47) passou a definir o quilombo. No período imperial, a definição reduziu o número mínimo de fugitivos, que cai de cinco para três nos documentos oficiais.

Quando se fala na República, instituída após a abolição da escravidão, o quilombo desaparece do radar oficial, período que se caracteriza pela invisibilidade das comunidades quilombolas. Para o imaginário nacional, a existência do quilombo não tinha sentido sem o sistema escravista. Contudo, mesmo invisíveis para o Estado e o

imaginário nacional, os quilombolas se firmaram em territórios espalhados pelo do país sob as mais variadas circunstâncias.

Enquanto o Estado se manteve silencioso, o quilombo ganhou novos significados, deixando de ser usado “pela ordem repressiva para tornar-se metáfora corrente nos discursos políticos, como signo de resistência” (ARRUTI, 2008, p. 318). O novo sentido se ampliou decisivamente na atuação de movimentos sociais da década de 1970 com um discurso pautado pela autoafirmação negra e resgate da identidade étnica e cultural. Um dos símbolos da redefinição é a escolha da data de morte de Zumbi dos Palmares, 20 de novembro, para celebrar o Dia Nacional da Consciência Negra, rejeitando o dia 13 de maio, data da abolição da escravidão.

É essencial compreender que os novos usos do quilombo se estruturam em um contexto de reconstrução da própria noção de negro. Se no sistema escravista a ideia de “raça negra” serviu ao sistema de dominação colonial, no contexto de avanço da luta por direitos sociais “identificar-se como negro (afirmar esta diferença) faz parte de um gesto de libertação (de luta contra a desigualdade)” (BARROS, 2010, p. 53).

É onde introduzimos a negritude como concepção adotada por intelectuais e movimentos sociais e que se aproxima das comunidades remanescentes de quilombos. De acordo com Munanga (1988), a negritude foi conceituada por seu criador, o poeta Aimé Cesaire, como “o simples reconhecimento do fato de ser negro, a aceitação de seu destino, de sua história, de sua cultura” (p. 52).

No Brasil, a popularização da negritude foi acompanhada pela ampliação de sua inserção social e diversificação de seus significados (DOMINGUES, 2005). Do sentido de consciência racial, a negritude passou a atravessar práticas do cotidiano, que vão desde os cortes e manuseio do cabelo que valorizam traços fenotípicos até manifestações culturais e religiosas de origem afro-brasileira. Nesse processo, as atividades cotidianas se associam à identidade negra funcionando como canais de comunicação da negritude.

Identidade e remanescente quilombola

Para o Estado brasileiro, os quilombos só saíram da invisibilidade em 1988, quando a Constituição Nacional criou a figura jurídica das comunidades remanescentes de quilombos, determinando a responsabilidade do Estado em emitir títulos de propriedade de terra aos quilombolas. Entretanto, a regulamentação dos procedimentos para o reconhecimento e regularização fundiária dos territórios quilombolas só veio em 20 de novembro de 2003, com a publicação do decreto presidencial 4.887, que abriu um novo horizonte para os quilombolas ao estabelecer as responsabilidades dos órgãos governamentais nos processos de identificação, reconhecimento, delimitação, demarcação e titulação das terras. O decreto traz a definição das comunidades remanescentes de quilombos:

Consideram-se remanescentes das comunidades dos quilombos, para os fins deste Decreto, os grupos étnico-raciais, segundo critérios de autoatribuição, com trajetória histórica própria, dotados de relações territoriais específicas, com presunção de ancestralidade negra relacionada com a resistência à opressão histórica sofrida (BRASIL, Decreto nº 4.887, 2003).

O Instituto Nacional de Colonização e Reforma Agrária (Incra), que atualmente integra a Casa Civil da Presidência da República por meio da Secretaria Especial de Agricultura Familiar e do Desenvolvimento Agrário, recebeu a competência de titular as terras quilombolas. Antes da regularização fundiária, os quilombolas solicitam a emissão de uma certidão da Fundação Cultural Palmares, vinculada ao Ministério da Cultura. O documento certifica as comunidades como remanescentes de quilombos utilizando o critério da autoatribuição.

Embora o Brasil tenha 2.849 comunidades quilombolas certificadas, a regularização fundiária caminha a passos lentos. O Incra emitiu até o momento 210 títulos de propriedade, que contemplaram um total de 241 comunidades. No Rio Grande do Norte, 22 comunidades foram certificadas e a comunidade Jatobá, do município de

Patu, aparece como a única que ganhou a propriedade definitiva do território. Além da regularização fundiária, os quilombolas foram inseridos em um conjunto de políticas públicas maior, como o Programa Brasil Quilombola, criado com a finalidade de coordenar ações governamentais voltadas para essas populações.

Entretanto, por ser criada de fora para dentro das comunidades, a classificação de remanescentes de quilombos exige cuidados. Isso porque as identidades, como na ideia de raça (QUIJANO, 2005), guardam relação com a produção e utilização ideológica das classificações. Quem tem o privilégio de classificar, detém o privilégio de atribuir valores aos grupos classificados (SILVA, 2000, p 82).

De acordo com Homi Bhabha (1996), esse modelo de diversidade funciona como contenção da diferença, controlando e localizando a diferença nos circuitos dominantes. A administração dessa diversidade se dá mediante a conquista do consenso social com a fórmula do multiculturalismo, na qual se admite o diferente e se produz socialmente a aceitação do heterogêneo (BHABHA, 1996, p. 35).

O modelo do multiculturalismo é visto pelo autor indiano como potencial produtor de racismos, percepção que podemos relacionar com a sociedade brasileira, onde o discurso da democracia racial mascara uma realidade de racismos manifestados rotineiramente. Para Muniz Sodré (2010), a democracia racial adota uma narrativa em que “proclama-se a proximidade do Outro, mas sem realmente deixá-lo ser enquanto tal, reconhecê-lo como singular, como um qualquer, dotado de fala própria” (p. 327). Percebe-se a ausência do que Sodré (2006) chama reconhecimento sensível do outro, “de sua liberdade de se interrogar singular e diversamente sobre o seu próprio destino” (SODRÉ, 2006, p. 14).

Sobre o uso da expressão “remanescentes” nas comunidades quilombolas Almeida (2002, p. 53) ressalta que, ao contrário do sentido de sobra ao qual pode ser associada, tal classificação deve ser enxergada em uma ótica oposta, integrando o quilombo ao presente, não do que foi e sim de como sua autonomia foi construída. Sobre a questão,

Arruti (1997) enxerga a abertura de possibilidades para a população que assume a condição de remanescente: “de ocupar um novo lugar na relação com seus vizinhos, na política local, diante dos órgãos e políticas governamentais, no imaginário nacional e, finalmente, no seu próprio imaginário” (p. 22).

Para as comunidades negras, essa remanescente significou a produção da diferença potencializada pelos novos sentidos dos conceitos de negritude e quilombo. Quando a Constituição Nacional de 1988 criou a figura jurídica das comunidades remanescentes de quilombos, os quilombolas viram abertas oportunidades para alcançar o acesso a políticas públicas historicamente ausentes e a reivindicação da propriedade dos territórios que ocupam.

Definida pelo Estado como critério para o acesso a políticas públicas, a autoatribuição pode soar simplista se preestabelecemos que os quilombolas só reafirmam uma identidade que já possuem, contudo o processo é carregado de complexidade.

A identidade e a diferença vivem uma relação de interdependência, um princípio que retiramos de uma constatação simples: quando afirmo minha identidade, enuncio minha diferença em relação ao outro, assim como no inverso. Tanto a identidade quanto a diferença são produtos da linguagem criados no mundo social e cultural. Como estruturas linguísticas, incorporam traços de instabilidade e indeterminação, na medida em que se entrelaçam em diferentes cadeias de significação e contextos diversos de produção simbólica e discursiva (SILVA, 2000, p. 80).

A identidade, como explica Stuart Hall (2000), “não assinala aquele núcleo estável do eu que passa, do início ao fim, sem qualquer mudança, por todas as vicissitudes da história” (p. 108). Ao em vez de estáveis, as identidades são cada vez mais fragmentadas e fraturadas, sendo multiplamente construídas ao longo de discursos, práticas e posições, estando sempre em processo de mudança e transformação (HALL, 2000, p. 108). Assim, não se trata da invocação de passados históricos com os quais se pode manter correspondência. Na verdade,

o que está em jogo é a utilização “dos recursos da história, da linguagem e da cultura para a produção não daquilo que nós somos, mas daquilo nos tornamos” (HALL, 2000, p. 109).

Independente de como foi a vida nos quilombos que resistiram ao escravismo colonial, as comunidades precisam produzir suas ligações com o passado no presente, um processo que demanda a “seleção e recriação de elementos da memória, de traços culturais que sirvam como os ‘sinais externos’ reconhecidos pelos mediadores e o órgão que tem a autoridade de nomeação” (ARRUTI, 1997, p. 23). Como reforça Almeida (2002), “o que tem de ser recuperado, portanto, nessa apropriação jurídica, nessa redefinição, é como esses grupos se definem e o que praticam” (p. 78).

Comunicação na cultura

Das famílias que vivem em comunidades certificadas como remanescentes de quilombos no Brasil, 77,7% moram em zona rurais, enquanto que no Rio Grande do Norte, o indicador sobe para 84,5% nas 22 comunidades quilombolas certificadas. Os dados foram compilados pela Secretaria de Políticas de Promoção da Igualdade Racial (Seppir) com base no universo de 82 mil famílias brasileiras e 985 famílias potiguares inscritas no Cadastro Único para Programas Sociais do Governo Federal (CadÚnico) em 2014. Os números atestam precariedade nas condições de renda, qualidade de vida e bem-estar das famílias.

Do universo de 82 mil famílias, 79,4% vivem abaixo da linha da pobreza, com renda per capita de até R\$ 154. Se considerarmos a condição de extrema pobreza, em que a renda per capita por família não ultrapassa R\$ 77, o percentual é de 70,6%. No Rio Grande do Norte, 72,7% vivem abaixo da linha de pobreza, dos quais 59,7% estão em condição de extrema pobreza. O marcador de renda é uma dificuldade que se soma a problemas no acesso a infraestrutura e serviços públicos. Quando se fala em uma comunidade rural, negra e

quilombola, essas desigualdades se somam ao racismo sofrido pelos quilombolas, agravando a condição de invisibilidade social à qual foram submetidos historicamente. Inseridas nesse quadro desfavorável, as comunidades encontram nos laços sociais e culturais seus meios de resistência. É desses laços que se produzem os processos de comunicação que pretendemos investigar.

Para compreender tais processos, recorreremos aos estudos de Luiz Beltrão sobre a Folkcomunicação. Se levarmos em conta os grandes grupos criados pelo jornalista e pesquisador pernambucano, os quilombolas são grupos marginalizados rurais, caracterizados pelo isolamento geográfico, penúria econômica e baixo nível intelectual (BELTRÃO, 1980, p.24). Para afirmar esta última característica, utilizamos o grau de instrução escolar dos habitantes das comunidades remanescentes de quilombo. De acordo com os dados de 2014 do CadÚnico, do universo de 131.973 quilombolas com idade igual ou maior de 15 anos inscritos em programas sociais, 70,5% só estudaram até o Ensino Fundamental.

Por entender que as comunidades remanescentes de quilombos constituem territórios com especificidades muito próprias, tanto em termos econômicos e sociais quanto culturais, adotamos o entendimento de Beltrão (2004, p. 57), para quem a região é o melhor laboratório para observação do fenômeno comunicacional. É o palco onde se definem os diferentes sistemas de comunicação cultural, que na definição do jornalista pernambucano, equivale ao:

(...) processo humano de intercâmbio de ideias, informações e sentimentos, mediante a utilização de linguagens verbais e não-verbais e de canais naturais e artificiais empregados para a obtenção daquela soma de conhecimentos e experiências necessárias à promoção da convivência ordenada e do bem-estar coletivo (BELTRÃO, 2004, p. 57).

No interior das regiões, Beltrão atenta para a existência de unidades subatômicas, onde estão localizados grupos marginalizados que precisam ser considerados nos processos de comunicação. Apesar da

falta de representatividade midiática e acesso restrito às tecnologias e meios de comunicação, seja para se informar ou para se comunicar, os grupos marginalizados, na visão do jornalista, não deixam de produzir e transmitir informações.

Sem aparatos técnicos para ampliar a difusão dessas informações, os grupos fazem uso do que Beltrão (1980) intitulou Folkcomunicação: "o conjunto de procedimentos de intercâmbio de informações, ideias, opiniões e atitudes dos públicos marginalizados urbanos e rurais, através de agentes e meios direta ou indiretamente ligados ao folclore" (p. 24). Nas comunidades remanescentes de quilombos, as manifestações culturais aparecem como um dos principais meios de produção e transmissão de informações.

No Rio Grande do Norte, podemos citar manifestações culturais como a dança do pau furado, na comunidade de Capoeiras, em Macaíba (FREIRE, 2012), a dança do espontão, na comunidade Boa Vista dos Negros, em Parelhas (CAVIGNAC, 2008), a dança de São Gonçalo, nas comunidades Pêga e Arrojado, em Portalegre (PEREIRA, 2014) e o coco de zambê, na comunidade Sibaúma, em Tibau do Sul (LINS, 2009).

Quando nos referimos à cultura quilombola, falamos de manifestações culturais que se transformam em emblemas identitários, caracterizados por Miguel Alberto Bartolomé (2006) como "traços materiais ou ideológicos, próprios ou apropriados, que indiquem explicitamente a identidade de seus possuidores" (p. 55). Enquanto emblemas identitários, as manifestações culturais funcionam como indicadores étnicos aos quais os quilombolas recorrem em processos de afirmação étnica (BARTOLOMÉ, 2006, p. 55).

Apesar de todas as manifestações culturais citadas carregarem histórias ancestrais nas comunidades, a ligação com o passado não é condição para que uma prática social se constitua como emblema identitário. Como observamos em Bartolomé (2006), o emblema identitário pode ser próprio ou apropriado. Nas diferentes comunidades quilombolas do Rio Grande do Norte, a formação de grupos

culturais se assemelha, sobretudo por convergirem com a reorganização política. O que se pode retirar de pesquisas sobre a cultura nos territórios quilombolas potiguares é que, quando as comunidades se reorganizam politicamente para reivindicar seus direitos, antigas e novas manifestações culturais (res)surgem organizadas em grupos culturais.

Sob o pano de fundo a regulamentação jurídica das comunidades remanescentes de quilombos, cultura e política se beneficiam mutuamente. Ao mesmo tempo que a reorganização política cria o ambiente propício para a organização da cultura, as manifestações culturais adquirem relevância política, o que ajuda a entender o papel essencial da comunicação contida nas manifestações culturais para a luta por reconhecimento e reivindicação de direitos sociais e fundiários.

Dispositivos étnico-comunicacionais

Para refletirmos sobre a faceta comunicacional da cultura quilombola é fundamental transpor a ideia de instrumentalização na produção dos emblemas identitários, como se as comunidades fossem motivadas exclusivamente pelos benefícios a serem usufruídos. Na nossa concepção, o autorreconhecimento quilombola não se esgota em seu uso instrumental. Assim como podem ser associadas aos direitos a serem conquistados, as identidades quilombolas emergentes produzem notáveis transformações em nível de consciência individual e coletiva.

Do mesmo modo que a identidade não é um núcleo estável, a cultura não é uma arqueologia, conforme explica Stuart Hall (2003). Embora dependa do conhecimento da tradição e de um conjunto efetivo de genealogias, na hora em que se desloca ao passado, a cultura possibilita a produção de novos sujeitos, não sendo uma questão de “ontologia, de ser, mas de se tornar” (HALL, 2003, p. 44). Ao discutir o conceito de etnogênese, Bartolomé (2006) fala em um processo de produção de um novo conteúdo étnico e ético, em que a reconstru-

ção do pertencimento comunitário permita um acesso mais digno ao presente (BARTOLOMÉ, 2006, p. 57).

A reorganização política e cultural dos quilombolas permite pensar uma emergência étnica que não tem a ver só com o passado: “os rostos étnicos emergentes estão tão carregados de sistemas de sentido passados e atuais quanto de expectativas de futuros” (BARTOLOMÉ, 2006, p. 60). Alicerçada na identidade que se constrói pelos referenciais positivos de negritude e quilombo, uma nova dignidade emerge, possibilitando aos quilombolas a construção de novos sentidos para a existência individual e coletiva, além de novos horizontes para se pensar em futuros possíveis.

Ter esse entendimento é primordial para entender a comunicação no universo cultural quilombola e suas manifestações, para as quais adotaremos a ideia de dispositivo na tentativa de desvendar sua faceta comunicacional. O dispositivo é assim caracterizado por Michel Foucault (2000):

(...) um conjunto decididamente heterogêneo que engloba discursos, instituições, organizações arquitetônicas, decisões regulamentares, leis, medidas administrativas, enunciados científicos, proposições filosóficas, morais, filantrópicas. Em suma, o dito e o não dito são os elementos do dispositivo. O dispositivo é a rede que se pode estabelecer entre estes elementos (p. 138).

Sobre a natureza da relação mantida pelos elementos heterogêneos do dispositivo, Foucault (2000) aponta a existência de uma espécie de jogo, que envolve mudanças de posição e modificações de funções. Por fim, o filósofo indica a função estratégica do dispositivo, entendido como uma formação que assume o papel de responder a uma urgência em determinado momento histórico.

Nas comunidades quilombolas, a reorganização política aparece como momento histórico que requer uma estratégia de comunicação da identidade quilombola, considerando ser essa uma contrapartida estabelecida pelo Estado para o alcance de direitos. Da mesma maneira, o novo contexto vem acompanhado de modificações não só

políticas, com a emergência das comunidades como remanescentes de quilombos, mas também existenciais, possibilitando a visão de um futuro quilombola sustentado simbolicamente.

Ao discutir o dispositivo foucaultiano, o italiano Giorgio Agamben (2005) define o dispositivo como “qualquer coisa que tenha de algum modo a capacidade de capturar, orientar, determinar, interceptar, modelar, controlar e assegurar os gestos, as condutas, as opiniões e os discursos dos seres viventes” (p. 13). Para o filósofo, é da relação de duas grandes classes, dos seres viventes e dispositivos, que surge a terceira classe, dos sujeitos. Não há sobreposição de um sobre o outro, o que faz de um mesmo ser vivente, indivíduo, o lugar de múltiplos processos de subjetivação, como o usuário de telefones celulares, o apaixonado por tango, ou o navegador da internet (AGAMBEN, 2005, p 13).

Com base nas reflexões sobre o contexto político quilombola e a dinamicidade de identidades e culturas, concluímos que o corpo-a-corpo do ser vivente da comunidade quilombola com a cultura desenvolvida em seu território produz um novo sujeito quilombola. É por esse potencial que a cultura pode ser pensada como dispositivo, que no contexto quilombola denominamos étnico-comunicacional.

Com uma identidade construída no entrecruzamento de seus traços socioculturais com as noções positivas da negritude e da origem quilombola, o sujeito emergente tem a cultura, dispositivo étnico-comunicacional, como portadora e transmissora de seu universo político e simbólico. Ao mesmo tempo que produz emblemas identitários e comunica a identidade quilombola, a cultura, entendida como dispositivo étnico-comunicacional, permite a emergência de uma nova dignidade aos indivíduos envolvidos no processo de comunicação.

Do mesmo modo que é capaz de produzir sujeitos, o dispositivo étnico-comunicacional dá conta de uma dimensão coletiva, da comunidade enquanto espaço de emergência coletiva dos sujeitos. Em seus apontamentos analíticos sobre a comunicação intercultural, Mohammed Elhajji (2005) afirma que a correlação das formas orga-

nizacionais e instâncias de enunciação do projeto sócio-histórico comunitário se faz notar quando a comunidade “desenvolve estratégias que atuem como dispositivos simbólicos na disputa pela imposição de sentido (ainda que plural e polifônico) tanto junto a seus próprios membros como junto à sociedade em geral” (p. 59).

Assim como Elhajji enxerga com a comunicação intercultural, o dispositivo étnico-comunicacional da cultura opera nas comunidades remanescentes de quilombos como “plataforma de reivindicação dos marcos identitários indispensáveis para a perenidade de seu *ethos* e de cenário de negociação dos possíveis territórios existenciais e subjetivos necessários para sua integração plena na sociedade acolhedora” (ELHAJJI, 2005, p. 59).

Quando falamos em existências e subjetividades a serem negociadas pelos quilombolas, é fundamental ter em mente que esse cenário simbólico se constrói de modo primordial na terra historicamente ocupada pela comunidade. Não se trata de espaço puro e simples, indiferenciado quanto à posição dos corpos que o ocupam, mas de território, no sentido de “espaço exclusivo e ordenado das trocas que a comunidade realiza na direção de uma identidade grupal” (SODRÉ, 1988, p. 22).

Se a manifestação cultural é dispositivo étnico-comunicacional, seus processos de comunicação estão ancorados no espaço e assim como dependem dessa espacialidade compartilhada pela coletividade para elaborar suas mensagens, produzem sobre esse espaço as trocas por meio das quais a comunidade manifesta sua identidade, tornando possível a constituição do que chamamos território.

No entanto, antes de possibilitar a constituição simbólica do território enquanto lugar de uma identidade coletiva compartilhada, o dispositivo étnico-comunicacional da cultura faz do próprio sujeito quilombola um território, ou pelo menos uma representação simbólica do território. Isso porque o território é marcado pelo jogo, que se define como protoforma de toda e qualquer cultura, caracterizado por possuir um sistema de regras de movimentação humana em gru-

po (SODRÉ, 1988, p. 23). Embalado pelo ritmo do jogo, da música e da dança que compõem suas manifestações culturais, o quilombola “percebe o mundo e suas coisas a partir de si mesmo, de um campo que lhe é próprio e que se resume, em última instância, ao seu corpo” (SODRÉ, 1988, p. 127).

Na experiência dos corpos dançantes, ritmados pela música e se movimentando no sistema de regras do jogo, o espaço é reelaborado simbolicamente, permitindo adaptabilidade às manifestações culturais quilombolas em seu funcionamento como dispositivos étnico-comunicacionais e produtoras de territórios existenciais e subjetivos.

Assim, o dispositivo étnico-comunicacional da cultura opera independentemente do espaço de realização das manifestações culturais. Como afirma Elhajji (2002, p. 186), a adaptabilidade é a grande vantagem da formulação do desejo diferencial por meio de estratégias espaciais, sobretudo considerando o deslocamento feito pelos grupos culturais quilombolas potiguares para apresentações fora das comunidades às quais pertencem, uma prática recorrente entre esses grupos.

Dentro ou fora de suas comunidades, o universo cultural quilombola e suas manifestações originam o que Muniz Sodré (1988) intitula forma social negro-brasileira, o lugar da diversidade existencial e cultural onde se encontram traços marcantes da subjetividade histórica dessas populações, ao mesmo tempo que é “lugar originário de força ou potência social para uma etnia que experimenta a cidadania em condições desiguais (p. 19)”.

Considerações finais

Quando o quilombola coloca seu corpo em movimento, tocando, cantando ou dançando, esse corpo comunica. Trata-se de uma dimensão individual de comunicação, que se amplia para uma ordem coletiva quando o ato do quilombola é socializado com seus iguais. A inserção em sistemas de regras, organizados sob a forma de mani-

festações culturais, faz com que esse corpo coletivo adquira também traços culturais. É no momento em que é incorporado ao cenário de luta política em torno do reconhecimento de uma identidade étnica, o corpo coletivo e cultural estabelece uma relação de impacto mútuo com o contexto no qual opera. Todo esse conjunto integra o processo de comunicação nas comunidades remanescentes de quilombos.

Com essa breve exposição dos caminhos percorridos pelo corpo quilombola, em sua dimensão comunicacional, visamos demonstrar a complexidade envolvida na proposta de investigar a cultura sob a ótica da comunicação nas comunidades remanescentes de quilombos. Com a construção do conceito de dispositivo étnico-comunicacional, procuramos abarcar a complexidade da comunicação quilombola, um processo que se apresenta revestido pela dinamicidade de identidades e culturas e inserido no cenário político da luta quilombola por reconhecimento e acesso a políticas públicas.

Embora complexa, a tarefa de compreender a organização e operação do processo de comunicação na cultura quilombola é essencial, sobretudo por exigir a compreensão da própria dinâmica da atuação política e produção cultural nas comunidades remanescentes de quilombos. Os caminhos trilhados indicam que a comunicação operada pelas manifestações culturais quilombolas não só é indissociável de um conjunto de processos internos e externos, como produz novos processos na emergência de uma nova consciência e autoestima de ordem política e cultural com repercussões tanto para o indivíduo, em sua dimensão existencial particular, quanto para a coletividade, enquanto forma social negro-brasileira.

Referências

AGAMBEN, Giorgio. O que é um dispositivo. Outra travessia revista de literatura, **Ilha de Santa Catarina**, n. 5, 2005.

ALMEIDA, Alfredo Wagner Berno de. Os quilombos e as novas etnias. In: O'DWYER, Eliane Cantarino (Org.). **Quilombos: Identidade étnica e**

territorialidade. Rio de Janeiro: Editora FGV e ABA, 2002.

ARRUTI, José Maurício. A emergência dos “remanescentes”: notas para o diálogo entre indígenas e quilombolas. **Mana**, v. 3, n. 2, 1997.

_____. Quilombos. In: PINHO, Osmundo; SANSONE, Lívio (Orgs.). **Raça**: Novas perspectivas antropológicas, Salvador: EDUFBA, 2008.

BARROS, José D’Assunção. A construção social da cor e a desconstrução da diferença escrava: reflexões sobre as ideias escravistas no Brasil colonial. **OPIS**, Catalão, v. 10, n. 1, 2010.

BARTOLOMÉ, Miguel A. As etnogêneses: velhos atores e novos papéis no cenário cultural e político. **Mana**, v. 12, n. 1, 2006.

BELTRÃO, Luiz. **Folkcomunicação**: a comunicação dos marginalizados. São Paulo: Cortez, 1980.

_____. **Folkcomunicação**: teoria e metodologia. Cátedra Unesco/UMESP, 2004.

BHABHA, Homi. O terceiro espaço: uma entrevista com Homi Bhabha. **Revista do patrimônio histórico e artístico nacional**, Distrito Federal, 1996. Entrevista concedida a Jonathan Rutherford.

BRASIL. Decreto nº 4.887, de 20 de novembro de 2003. **Diário Oficial da República Federativa do Brasil**. Brasília, 2003. Disponível em <<http://portal.imprensanacional.gov.br/>> Acesso em dezembro de 2016.

_____. Constituição (1988). **Constituição da República Federativa do Brasil**. Brasília: Senado Federal, 1988.

CAVIGNAC, Julie Antoinette. Os Troncos Velhos e os Quilombinhos: memória genealógica, território e afirmação étnica em Boa Vista dos Negros (RN). **Revista Ruris**, v. 2, n. 2, 2008.

DOMINGUES, Petrônio. Movimento da Negritude: uma breve reconstrução histórica. Mediações: **Revista de Ciências Sociais**, Londrina, v. 10, n.1, 2005.

ELHAJJI, Mohammed. Memória coletiva e espacialidade étnica. **Galáxia**, n. 4, 2002.

_____. Comunicação intercultural: apontamentos analíticos.

Contemporânea, Rio de Janeiro, n. 4, 2005.

FOUCAULT, Michel. **Microfísica do poder**. Rio de Janeiro: Graal, 2000.

FREIRE, Maíra. **“É a luta da gente!”**: Juventude e etnicidade na comunidade quilombola de Capoeiras (RN). 2012. 171 f. Dissertação (Mestrado em Antropologia Social) - Departamento de Antropologia, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal.

HALL, Stuart. Quem precisa de identidade? In: SILVA, Tomaz Tadeu da (Org.). **Identidade e diferença**: a perspectiva dos estudos culturais. Petrópolis: Vozes, 2000.

_____. Pensando a diáspora: reflexões sobre a terra no exterior. In: SOVIK, L. (Org.). **Da diáspora**: identidades e mediações culturais. Belo Horizonte: UFMG; Brasília: Representação da UNESCO no Brasil, 2003.

LINS, Cyro H. de Almeida. **“O zambê é nossa cultura”**: o coco de zambê e a emergência étnica em Sibaúma, Tibau do Sul-RN. 2009. 107 f. Dissertação (Mestrado em Antropologia Social) - Departamento de Antropologia, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal.

MUNANGA, Kabengele. **Negritude**: usos e sentidos. São Paulo: Ática, 1988.

_____. Origem e histórico do quilombo na África. **Revista USP**, São Paulo, n. 28, 1996.

NASCIMENTO, Maria Beatriz do. O conceito de quilombo e a resistência cultural negra. **Revista Afrodiáspora**, ano 3, n. 6 e 7, 1983. Disponível em: <<http://ipeafro.org.br/>>. Acesso em: agosto de 2016.

PEREIRA, Camila da Silva. **Política de regularização de terras quilombolas**: identidades e territorialidades negras em Portalegre-RN. 2014. 157 f. Dissertação (Mestrado em Geografia) - Departamento de Geografia, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal.

QUIJANO, Aníbal. Colonialidade do poder, eurocentrismo e América Latina. In: Edgardo Lander (Org.). **A colonialidade do saber**: eurocentrismo e ciências sociais – perspectivas latino-americanas. Buenos Aires: CLACSO, 2005.

SECRETARIA ESPECIAL DE POLÍTICAS DE PROMOÇÃO DA

IGUALDADE RACIAL. **Sistema de Monitoramento das Políticas de Promoção da Igualdade Racial**. Disponível em: <<http://monitoramento.seppir.gov.br>>. Acesso em dezembro de 2016.

SILVA, Tomaz Tadeu da. A produção social da identidade e da diferença. In: SILVA, Tomaz Tadeu da (Org.). **Identidade e diferença**: a perspectiva dos estudos culturais. Petrópolis: Vozes, 2000.

SODRÉ, Muniz. **O Terreiro e a Cidade**. Petrópolis: Vozes, 1988.

_____. Diversidade e Diferença. **Revista Científica de Información y Comunicación**, Sevilha, n.3, 2006.

_____. Sobre a identidade brasileira. **Revista Científica de Información y Comunicación**, Sevilha, n.7, 2010.

COMUNICAÇÃO DIGITAL E ACESSIBILIDADE: RELATO DE EXPERIÊNCIAS SOBRE PRODUÇÃO DE OBRA AUDIOVISUAL DESTINADO A PESSOAS COM DEFICIÊNCIA AUDITIVA

Rafael Marques Garcia

No primeiro semestre de 2016, o Brasil passou por um período de caos na saúde pública ao atravessar três epidemias simultaneamente: a dengue, a chikungunya e a zika, todas elas transmitidas pelo mosquito *Aedes aegypti*. Diante deste cenário, foram montadas estratégias de comunicação com o intuito de orientar a população sobre como evitar a proliferação do mosquito, por meio de mídia impressa (cartazes e folhetos distribuídos em postos de saúde), audiovisual (em rede de rádio e televisão) e digital (campanhas nas redes sociais). Apesar do volume imenso de material produzido, observou-se uma lacuna no que diz respeito a comunicação direcionada a pessoas com deficiência auditiva, que de acordo com o último Censo, conta com mais de nove milhões de pessoas no Brasil. Neste contexto, o presente artigo tem por objetivo relatar uma experiência desenvolvida na Secretaria de Educação a Distância da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (SEDIS/UFRN), dentro de um projeto desenvolvido pela Pró-reitoria de Extensão da UFRN, sobre produção de uma obra audiovisual, de distribuição digital, com orientações para eliminar criadouros do mosquito *Aedes aegypti*, acessível para pessoas com deficiência auditiva.

Introdução

Para efeitos de introdução ao objeto de estudo deste artigo, é necessário fazer, antes de tudo, um exercício de contextualização acerca do tema. Ao longo da história da humanidade, pessoas com deficiência sempre foram excluídas socialmente, vinculadas a uma imagem de sujeitos inaptos ao trabalho, dependentes da família, de instituições médicas e até mesmo vistas como castigos divinos. Ambientes como igrejas e asilos de caridades, na grande maioria das vezes, acolhiam essas pessoas, em um regime de reclusão, segregando-os da sociedade. Para Mazzotta (2005, p.16) a religião propiciou esse ambiente hostil às pessoas com deficiência ao posicionar o homem como “imagem e semelhança de Deus”, ou seja, fisicamente e mentalmente perfeitos. Esse panorama permaneceu até a Idade Moderna.

Com a Revolução Industrial, onde um regime feudal deu lugar a um panorama de produção em massa, aliada a uma urbanização desenfreada das cidades, tensões sociais vindas dos operários nas fábricas provocaram reflexões sobre as condições de trabalho e vida. Também nesse momento, os frequentes casos de acidentes de trabalho, mutilando vários trabalhadores, deu força a um ideal de cuidado e atenção às pessoas no trabalho, com o surgimento das primeiras leis trabalhistas e sistemas previdenciários. No vácuo dessas novidades, aparecem as primeiras iniciativas assistenciais para pessoas com deficiência, assim como estudos sobre determinados tipos de deficiência. São inaugurados também instituições escolares dedicados a alunos com deficiência. No Brasil, em função de sua posição como colônia, as primeiras iniciativas voltadas para as pessoas com deficiência surgiram somente no Segundo Império, com a inauguração, em 1854, do Imperial Instituto de Meninos Cegos (atualmente Instituto Benjamin Constant) e do Imperial Instituto de Surdos Mudos (atualmente Instituto Nacional de Educação de Surdos), em 1857. Ambas as instituições acolhiam crianças cegas e surdas e funcionavam em regime similar a uma escola de artífices, oferecendo desde sapataria até tipografia, em atividades distintas de acordo com a deficiência e

gênero do estudante.

No século XX, surgem os primeiros movimentos sociais a favor das pessoas com deficiência, muitas dessas instituídas após a Declaração Universal dos Direitos Humanos, em 1948. A sociedade abolia uma visão segregacionista e adotou uma visão favorável às pessoas com deficiência, embora ainda os enxergassem sob um viés assistencialista, muitas vezes adotando termos estigmatizantes como “atrasados”, “excepcionais” ou “retardados”. Nesse contexto é proposto um paradigma de integração, onde barreiras entre pessoas sem e com deficiência seriam derrubadas, contudo exigiriam deste último grupo adaptações, passando a conviver e competir, em desigualdade, com pessoas sem deficiência. Esse paradigma sofreu severas críticas de movimentos sociais por promover uma segregação velada. Nos anos 80, principalmente com iniciativas da ONU, um novo pensamento de inclusão surge, indo de encontro ao *status quo* presente até então. Segundo Aranha, inclusão seria um:

processo de ajuste mútuo, onde cabe à pessoa com deficiência manifestar-se com relação a seus desejos e necessidades e à sociedade, a implementação dos ajustes e providências necessárias que a ela possibilitem o acesso e a convivência no espaço comum, não segregado (ARANHA, 2001,p.19).

O modelo de inclusão, ao longo dos últimos anos, passou a ser amplamente adotado, não só como metodologia escolar, mas também como um ideal para um convívio social mais justo e harmônico.

Em 2007, a ONU promulgou a Convenção Internacional das Pessoas com Deficiência (CIPD), com o aval de 83 países, incluindo Brasil, assegurando “o exercício pleno e equitativo de todos os direitos humanos e liberdades fundamentais por todas as pessoas com deficiência e promover o respeito pela sua dignidade inerente” (ONU, 2009).

No Brasil, movimentos sociais e militâncias em prol das pessoas com deficiência atuam há vários anos, quase sempre de maneira independente, a favor de políticas de inclusão e promovendo atividades

de inclusão para esse público. Na década passada, o governo brasileiro sancionou a Lei nº 10.098/2000 e o Decreto nº 5.296/2004, com o objetivo de promover a acessibilidade, atendendo a antigas reivindicações desses grupos de apoio. No ano de 2015, alinhado com as diretrizes da CPID e regulamentando leis anteriores, foi sancionada a Lei Brasileira da Pessoa com Deficiência, que entre outros pontos, normatiza regras de acessibilidade.

Deficiência auditiva

A deficiência auditiva, de acordo com a literatura médica, ocorre em duas situações: quando a transmissão de som dentro do ouvido é prejudicada (deficiência auditiva condutiva) ou quando há um dano em terminações nervosas que levam o impulso até o cérebro (deficiência auditiva neurossensorial). A deficiência auditiva pode ter origens diversas, como obstruções no canal auditivo, lesões físicas no interior do ouvido, infecções em período pré-natal e condições hereditárias.

Indivíduos com deficiência auditiva podem identificar estímulos auditivos e os decodificar, dependendo do seu nível de perda. Esse nível de decodificação, somado a um aprendizado da língua materna, pode definir sua oralidade (ou a ausência dela). Este ponto, em particular, é objeto de inúmeras discussões sobre como a oralidade apropriada pela pessoa com deficiência auditiva é encarada: enquanto uns enxergam isso como uma quebra de barreiras, onde a pessoa supera uma limitação sensorial, integrando-se a uma sociedade ouvinte, às vezes de forma parcial; outro grupo, principalmente dentro da comunidade surda, enxerga essa apropriação da língua falada como submissão a um regime hegemônico da oralidade, ignorando linguagens gestuais, como a língua de sinais, criada no contexto da surdez.

Acessibilidade comunicacional

De acordo com a Lei nº 13.146, batizada como Lei Brasileira de Inclusão das Pessoas com Deficiência, acessibilidade é definida como “possibilidade e condição de alcance para utilização, com segurança e autonomia, de espaços, mobiliários, equipamentos urbanos, edificações, transportes, informação e comunicação, inclusive seus sistemas e tecnologias, bem como de outros serviços e instalações abertos ao público, de uso público ou privados de uso coletivo, tanto na zona urbana como na rural, por pessoa com deficiência ou com mobilidade reduzida” (BRASIL, 2015). Sobre acessibilidade no âmbito comunicacional, a própria CIPD traz uma definição relevante sobre o tema:

Comunicação abrange as línguas, a visualização de textos, o braille, a comunicação tátil, os caracteres ampliados, os dispositivos de multimídia acessível, assim como a linguagem simples, escrita e oral, os sistemas auditivos e os meios de voz digitalizada e os modos, meios e formatos aumentativos e alternativos de comunicação, inclusive a tecnologia da informação e comunicação acessíveis (art. 2. Definições).

A Convenção da ONU, na sua redação, já posiciona em um mesmo patamar a comunicação dita tradicional com recursos de comunicação adotada por grupos com deficiência, como língua de sinais, o alfabeto Braille, além de aparatos de comunicação acessível, como dispositivos acessíveis e recursos de voz.

Acessibilidade para pessoas com deficiência auditiva

Dentro dos movimentos de pessoas com deficiência, seja ela de ordem motora, sensorial ou intelectual, que buscam seu lugar na sociedade, há um consenso de que é preciso diversificar as vozes pois não existe uma única deficiência, mas várias deficiências. No caso da surdez, não é diferente.

Estudos e pesquisas envolvendo pessoas com surdez muitas vezes ignoram elementos individuais e sociais do sujeito, debruçando so-

mente sobre o ponto de vista clínico. Vygotski (1989) já alertara sobre a construção social da deficiência, apontando que “uma limitação física, independentemente de sua natureza, ‘desafia’ o organismo”. Por outro lado, ele apontava também que essa limitação acaba por “incentivar” o organismo a compensar essa perda por meio de caminhos alternativos.

O filósofo traz para o seu pensamento o conceito de plasticidade, capacidade que o organismo carrega de criar adaptações para limitações que porventura surgirem, como o cego, que ao perder a visão, acaba aguçando os outros sentidos, como audição e tato, contornando dificuldades do seu cotidiano. O autor acreditava que o contexto sociocultural tinha tanta relevância quanto o contexto biológico do indivíduo. O surdo, em virtude de seu baixo (ou nulo) espectro auditivo, passa a trabalhar outros sentidos, em particular a visão, aprimorando “(...) capacidades visuais e espaço-temporais, na interação com instrumentos diversos, tendo a Língua de Sinais um papel preponderante nesse processo” (COSTA, 2006). Não são raros os casos de pessoas surdas que dominam leitura labial.

Dentro da comunidade surda existe uma divisão entre pessoas surdas oralizadas e não oralizadas. De acordo com Mello (2011):

surdos oralizados e não oralizados geralmente apresentam diferentes raízes de concepção de mundo. Enquanto estes últimos estão mais próximos de uma “massificação” da Cultura Surda, que tem na língua de sinais a sua manifestação maior de cultura; os oralizados se aproximam mais das manifestações da Cultura Ouvinte, onde privilegia-se a habilidade da fala e eficácia em leitura labial. Por isso, nota-se que as características pedagógico-educacionais exigidas por ambos os grupos são diferenciadas.

Diante desses dados, precisou-se buscar soluções que atendam a surdos oralizados e não oralizados, lançando mão de recursos de comunicação acessível apresentados a seguir.

Língua Brasileira de Sinais - Libras

De acordo com a Lei nº 10.436/2002, a Língua Brasileira de Sinais – Libras – é entendida como “forma de comunicação e expressão, em que o sistema linguístico de natureza visual-motora, com estrutura gramatical própria, constituem um sistema linguístico de transmissão de ideias e fatos, oriundos de comunidades de pessoas surdas do Brasil”. Reconhecida, assim como a Língua Portuguesa como um dos onze idiomas oficiais do Brasil, a Libras, como qualquer forma de comunicação humana, foi enriquecida ao longo dos anos, sendo praticada dentro da comunidade surda, passando por adequações e sistemas de regras, e como qualquer língua falada, apresenta gramática, semântica, pragmática e sintaxe. A Libras apresenta cinco parâmetros, que para Felipe (1997) são:

- a) **configuração de mão**, onde as mãos adotam formas e gestos específicos, em um total de 46 configurações de mão; b) **ponto de articulação**, espaço físico, em relação ao corpo, onde o gesto é realizado; c) **movimento** realizado pelo intérprete de libras no espaço; d) **orientação**, onde a direção a mão deve seguir; e) **expressões não-manuais**, como expressões faciais e corporais que auxiliam na compreensão do gesto.

A conversação em Libras trabalha com os cinco parâmetros combinados, além do alfabeto em Libras, onde cada letra e número é representado por um sinal específico. O ato comunicativo utilizando somente os sinais do alfabeto Libras é conhecido como datilologia. A datilologia normalmente é usada ao expressar nomes próprios ou termos que ainda não possuam referente gestual em Libras.

Como uma língua viso-espacial, a comunicação em Libras necessita de algumas práticas, principalmente em meios audiovisuais, para que evitem ruídos, prejudicando a transmissão da mensagem. A NBR 15290 da ABNT apresenta uma série de recomendações sobre como trabalhar a inserção de Libras em televisão. Descrita como “Janela de Libras”, a norma trata como “espaço delimitado no vídeo onde as informações veiculadas na língua portuguesa são interpretadas através

de Libras” (ABNT, 2005). O documento traz consigo uma série de orientação sobre o tema, como por exemplo o espaço para gravações:

- a) espaço suficiente para que o intérprete não fique colado ao fundo, evitando desta forma o aparecimento de sombras; b) iluminação suficiente e adequada para que a câmera de vídeo possa captar, com qualidade, o intérprete e o fundo; c) câmera de vídeo apoiada ou fixada sobre tripé fixo; d) marcação no solo para delimitar o espaço de movimentação do intérprete. (ABNT NBR 15290:2005).

Sobre as especificações técnicas da janela, a norma aponta que:

- a) os contrastes devem ser nítidos, quer em cores, quer em preto e branco; b) deve haver contraste entre o pano de fundo e os elementos do intérprete; c) o foco deve abranger toda a movimentação e gesticulação do intérprete; d) a iluminação adequada deve evitar o aparecimento de sombras nos olhos e/ou seu ofuscamento. (ABNT NBR 15290:2005)

Por derradeiro, o texto apresenta algumas orientações sobre interpretação e visualização do intérprete de Libras, como:

- a) a vestimenta, a pele e o cabelo do intérprete devem ser contrastantes entre si e entre o fundo. Devem ser evitados fundos e vestimentas em tons próximos ao tom da pele do intérprete; b) na transmissão de telejornais e outros programas, com o intérprete da LIBRAS em cena, devem ser tomadas medidas para a boa visualização da LIBRAS; c) no recorte não devem ser incluídas ou sobrepostas quaisquer outras imagens. (ABNT NBR 15290:2005)

Embora a norma técnica trate especificamente da comunicação em Libras para a televisão, ela foi adotada como documento de referência para a execução do trabalho por melhor se adequar ao projeto a ser executado.

Legendas para surdos e ensurdecidos

Araújo (2004) descreve a legendagem como um recurso visual que permite aos seus usuários terem acesso aos meios de comunicação e ao entretenimento proporcionado pelos meios audiovisuais, podendo ser divididas em duas categorias: interlinguística, quando a legenda apresenta somente diálogos, normalmente voltado para o público ouvinte; e a intralinguística, voltada para pessoas com deficiência auditiva e descreve, além de falas, elementos sonoros como trilhas musicais e elementos sonoros presentes em cena.

No entanto, para a experiência estudada, em virtude da ausência de uma narração, tendo somente trilha sonora, pensou-se uma alternativa textual adequada para os surdos oralizados, que na ocasião, foi inserir textos como legendas para as ilustrações, inseridas diretamente na edição do vídeo.

Análise de similares

Para a produção do vídeo em Libras, foi realizada uma análise de produtos audiovisuais com janela de Libras. Em uma breve pesquisa em *sites* e plataformas de vídeo como Youtube, percebeu-se a predominância de vídeos com janela para intérprete de Libras no canto inferior direito, recortado do conteúdo principal do vídeo. Todas as obras analisadas apresentavam janela de Libras com altura inferior à metade da tela principal, muitas dessas comprometendo a exibição dos gestos do intérprete, ignorando as orientações propostas pela ABNT. Outras falhas identificadas foram problemas de contraste em intérprete e fundo de tela; formato de janela, que muitas vezes fazia com os gestos do tradutor ficassem fora de quadro; e resolução de imagem, apresentando janelas com “serrilhados”.

Outras obras estudadas foram vídeos produzidos em Libras. A maioria dos vídeos tinha caráter instrutivo, ensinando sinais de Libras. Muitos vídeos, por serem produzidos de forma amadora, por

pessoas sem conhecimentos básicos de produção audiovisual, acaba por empobrecer visualmente a obra, como iluminação fraca, que na grande maioria dos materiais observados, deixava as expressões faciais dos intérpretes na penumbra. Apesar dos problemas observados, o enquadramento do intérprete utilizado nos vídeos dê destaque total ao interlocutor.

Relato da experiência

A experiência relatada abaixo surgiu de uma parceria envolvendo três divisões da Universidade Federal do Rio Grande do Norte: a Secretaria de Educação a Distância¹; a Pró-reitoria de Extensão e o Curso de Letras - Habilitação em Libras. O objetivo do trabalho, parte de uma campanha institucional organizada pela universidade sobre os perigos do *Aedes aegypti*, é conscientizar a comunidade com deficiência auditiva e surda sobre o mosquito, informando-os sobre seus riscos e como eliminar potenciais focos de proliferação de larvas.

A primeira etapa do trabalho foi realizar a tradução para Libras do texto de um material publicado na página do Ministério da Saúde no Facebook, intitulado “UM MOSQUITO NÃO É MAIS FORTE QUE UM PAÍS INTEIRO: um guia para eliminar os criadouros em sua casa”. O material escolhido também foi disponibilizado em formato de cartazes, distribuídos em instituições como escolas, universidades, hospitais, igrejas, além de jornais de grande circulação. Apresentava vinte itens, com informações sucintas e claras, com textos curtos e acompanhadas de ilustrações. O conteúdo foi analisado e traduzido pelo Professor Joatan Medeiros², do Departamento de Letras/Libras da UFRN, sob a consultoria da Professora Simone de

1 Desde 2013, a SEDIS conta com um setor dedicado à acessibilidade dos materiais didáticos produzidos pela Secretaria. Criada para atender à demanda de adequação acessível de livros para alunos com baixa visão, expandiu seu raio de ação em 2014, ao produzir versões acessíveis de curtas metragens da produção norte-rio grandense.

2 Professor Auxiliar I da Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Tem experiência na área de Estudos Literários para Usuários de Libras.

Souza³, letrada em Libras.



Figura 1: Material original, disponibilizado pelo Ministério da Saúde.

Fonte: Ministério da Saúde.

A etapa seguinte foi a gravação, em estúdio, da intérprete de Libras Wilsynnara Melo⁴, realizando a tradução do texto. O registro, feito com técnica de *chroma key*, exigiu um estudo prévio de alguns elementos da intérprete, como figurino e cabelos, com o intuito de obter um melhor resultado para o momento da edição, de acordo com a NBR 15290. Para o vestuário, foi recomendado tons escuros para um melhor contraste com o fundo do vídeo, enquanto para os cabelos, adotou-se penteado preso, para evitar que os cabelos cobrissem o rosto da intérprete, gerando sombras no rosto da intérprete.

3 Professora de Ensino de LIBRAS da Universidade Federal do Rio Grande do Norte, com certificação de Exame Nacional de Certificação de Proficiência no Uso e no Ensino da Língua Brasileira de Sinais - Nível Superior, da UFSC - Universidade Federal de Santa Catarina.

4 Intérprete de Libras do Departamento de Letras da Universidade Federal do Rio Grande do Norte.

Figura 2: *frames* da gravação da intérprete de Libras com cabelos soltos, na



primeira versão e com penteado preso, na versão final.

A edição do vídeo preconizou pela fidelidade ao material original, replicando elementos visuais como cores, tipografia e ilustrações do cartaz no vídeo, mantendo uma unidade visual mais próxima possível do conteúdo de referência. A disposição dos elementos visuais deu destaque à intérprete, que ocupa toda a parte direita do vídeo, em seu tamanho original, com elementos textuais em português como auxílio à informação passada em Libras pela intérprete. Para cada item apresentado, o texto era informado em Libras pela profissional e surgiam ilustrações, extraídas do material original, juntamente com uma legenda em português. O suporte textual em português foi pensado para atender pessoas com deficiência auditiva oralizadas na Língua Portuguesa e àquelas que não possuem domínio em Libras. Elementos gráficos presente no material original, como faixas e marcas institucionais, foram inseridas, compondo visualmente o vídeo. Como o vídeo não apresentava locução, foi inserida uma trilha sonora.



Figura 3: disposição dos elementos no vídeo, com espaço para intérprete à direita e informações textuais à esquerda.

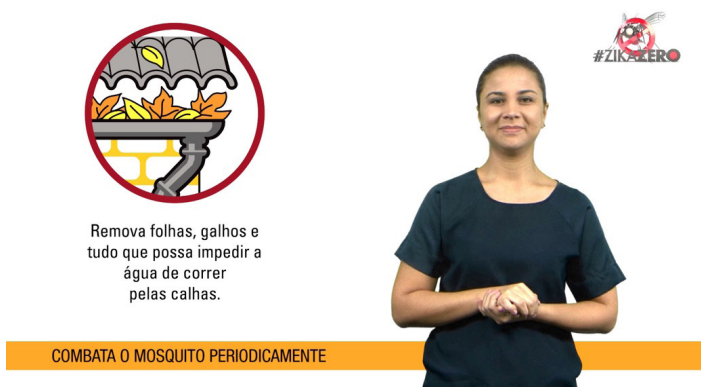


Figura 4: *frame* da versão final do vídeo, com intérprete de Libras à direita e ilustrações com texto à esquerda.

Análise de resultados

O vídeo em sua versão definitiva foi publicada na página da SE-DIS no Facebook no começo de abril. O número de visualizações foi acima do esperado, atingindo mais de 15 mil visualizações em um es-

paço de duas semanas, em comparação com outros vídeos publicados até então na página, que atingiram em média 700 visualizações. Na período da execução da obra, não foi pensado um modelo próprio de aquisição de resposta por parte dos espectadores do vídeo, precisando recorrer aos comentários e reações ao vídeo na própria plataforma do Facebook.

Com base em dados de dezembro de 2016, o vídeo conta com 19.136 visualizações, 153 reações e 906 compartilhamentos, além de 20 comentários. Todos os comentários ao vídeo trazem avaliações positivas, além de citações a outros usuários para assistirem ao conteúdo. Uma usuária comentou: “Parabéns pela exemplar iniciativa de inclusão de pessoas com deficiência auditiva no acesso a informação ao combate ao *Aedes aegypti*.” Outro usuário apontou: O direito à informação é para todos. As mídias é que precisam ter todos os canais para que essa comunicação seja completa. Parabéns!”.

É importante analisar também as reações ao vídeo por pessoas de fora do estado, visto que, originalmente, a obra foi direcionada à comunidade surda do estado do Rio Grande do Norte. Essa repercussão deve-se aos canais de comunicação utilizados por pessoas surdas, como redes sociais, por exemplo, que compartilham entre si conteúdos relevantes à suas realidades.



Figura 6: captura de tela do *post* do vídeo no Facebook e comentários de usuários ao vídeo.

Considerações finais

A realização de um vídeo orientado para pessoas com deficiência auditiva e sua repercussão, com uma quantidade de visualizações acima do padrão, ilustrou claramente a importância de uma prática mais corriqueira da comunicação acessível, principalmente quando se trata de assuntos de interesse de toda a população, como em campanhas educativas.

O formato descrito acima não exige esforços complexos de gravação e edição, podendo ser realizado com ferramentas mais simples, disponíveis em pacotes gratuitos. Contudo, é essencial a participação de um profissional em Libras, bem como a presença de um consultor surdo, com domínio em Libras, para ajustes técnicos e de léxico. Embora o vídeo possa ser compreendido por pessoas sem deficiência auditiva, a inserção de uma locução na obra poderia ter enriquecido o conteúdo, aproveitando o canal sonoro e tornando-o menos monótono, podendo ser acompanhado até por pessoas com deficiência visual.

Os elementos textuais presentes no vídeo, como as legendas das ilustrações, fizeram o papel de transmitir informações para pessoas que não são familiarizadas com a Libras.

Planejar uma obra dedicada para pessoas com deficiência auditiva não obriga à equipe produtora descartar o público-alvo sem deficiências: é importante fornecer caminhos para que a informação chegue ao leitor, antecipando às limitações, observando necessidades de cada perfil e proporcionando um conteúdo acessível para todos, de maneira igualitária.

Referências

ABNT. **Acessibilidade em comunicação na televisão**. Accessibility in TV captions. Norma Brasileira ABNT NBR 15290:2005.

ARANHA, Maria Salete Fábio. Paradigmas da relação da sociedade com as pessoas com deficiência. **Revista do Ministério Público do Trabalho**, v. 11, n. 21, p. 160-173, 2001.

ARAÚJO, Vera L. S. A legendagem para surdos no Brasil. In: LIMA, Paula L. C.; ARAÚJO, Antonia D. (Orgs.). **Questões de linguística aplicada: miscelânea**. Fortaleza: EdUECE, 2005. p. 163-188.

BRASIL. Decreto nº 5.296, de 2 de dezembro de 2004. **Regulamenta As Leis nos 10.048, de 8 de Novembro de 2000, Que Dá Prioridade de Atendimento às Pessoas Que Especifica, e 10.098, de 19 de Dezembro de 2000, Que Estabelece Normas Gerais e Critérios Básicos Para A Promoção da Acessibilidade das Pessoas Portadoras de Deficiência Ou Com Mobilidade Reduzida, e Dá Outras Providências**.

BRASIL. Lei nº 10.098, de 19 de dezembro de 2000. **Estabelece Normas Gerais e Critérios Básicos Para A Promoção da Acessibilidade das Pessoas Portadoras de Deficiência Ou Com Mobilidade Reduzida, e Dá Outras Providências**.

BRASIL. Lei nº 13416, de 6 de julho de 2015. **Institui A Lei Brasileira de Inclusão da Pessoa Com Deficiência (estatuto da Pessoa Com Deficiência)**.

CAPOVILLA, Fernando César & Raphael, W. D. **Dicionário enciclopédico ilustrado trilingue - Língua de Sinais Brasileira Libras**. Vol. I e II. 2. ed. São Paulo: Ed. Universidade de São Paulo, 2001.

Convenção sobre os Direitos das Pessoas com Deficiência: Protocolo Facultativo à Convenção sobre os Direitos das Pessoas com Deficiência: Decreto Legislativo no 186, de 09 de julho de 2008: Decreto no 6.949, de 25 de agosto de 2009. 4a Ed., rev. e atual. Brasília : Secretaria de Direitos Humanos, 2010. 100p.

COSTA, Dóris Anita Freire. **Superando limites: a contribuição de Vygotsky para a educação especial**. Rev. psicopedag., São Paulo , v. 23, n. 72, p. 232-240, 2006 . Disponível em <http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-84862006000300007&lng=pt&nrm=iso>. acessos em 01 dez. 2016.

FELIPE, T. A. **Escola Inclusiva e os direitos linguísticos dos Surdos**. Rio de Janeiro: Revista Espaço – INES, 1997. p. 41-46, Vol. 7.

MAZZOTTA, Marcos José Silveira. **Educação especial no Brasil: história e políticas públicas**. 5. ed. São Paulo: Cortez, 2005. Disponível em: <http://www.fap.pr.gov.br/arquivos/File/extensao/Arquivos2011/NEPIM/NEPIM_Volume_02/Art08_NEPIM_Vol02_BreveHistoricoDeficiencia.pdf>. Acesso em: 01 dez. 2016.

MELLO, A. G. **Surdos Oralizados e Não Oralizados: Uma Visão Crítica**. In: SEGUNDO CONGRESSO VIRTUAL “Integración sin Barreras em el Siglo XXI”. Anais eletrônicos... Red de Integración Especial, 2001. Disponível em: <<http://www.redespecialweb.org>>. Acesso em: fev. 2002.

MELLO, A. G.; TORRES, E. F. . **Accesibilidad en la comunicación para sordos oralizados: contribuciones de las tecnologías de información y comunicación**. In: V Congreso Iberoamericano de Informática Educativa Especial, 2005, Montevideo. V Congreso Iberoamericano de Informática Educativa Especial - V CIIEE, 2005.

COMUNICAÇÃO, EDUCAÇÃO: INTERFACES PARA A DESCOLONIZAÇÃO DO SABER

Dilson Florêncio Rodrigues
Itamar de Moraes Nobre

O conhecimento disseminado pelo mundo, assim como os avanços na ciência acadêmica não foram capazes, ainda, de mudar o paradigma dominante do pensamento colonial eurocêntrico que pauta epistemologias norteadoras do saber, da cultura e da sociedade. Neste artigo procuramos compreender a necessidade da descolonização do saber estudando as implicações do saber colonial devido ao universalismo científico (WALLERSTEIN, 2017) para a construção de uma ecologia dos saberes. Também analisamos a aplicação de conceitos encontrados no paradigma emergente (SANTOS, 2004), como proposta emancipatória-descolonizante à práticas educacionais vivenciadas numa escola pública do município do Natal/RN.

Introdução

Os acontecimentos político-econômicos testemunhados neste ano de 2016 em vários continentes, assim como o ressurgir de governos neoliberais radicais em vários países, com programas econômicos capciosos que beneficiam grupos de poder hegemônicos comprovam a ideia do colonialismo eurocêntrico¹ como estrutura formadora do sistema mundo, que regula em favor próprio gerando desigualdades em vários países.

Este sistema mundo há séculos vem sendo legitimado pelo conhecimento científico, que se desdobra em vários setores da sociedade, a saber: no conteúdo “oficial” escolar; nas culturas como crenças construídas e engendradas no imaginário² popular decorrente das relações hierárquicas de poder³ (tal como a crença na superioridade europeia); assim como na comunicação social ao influenciar na formação de opinião pública; também está presente nas constituições e nas leis⁴;

1 Eurocêntrico – termo que representa nações colonizadoras, incluindo os EUA, não apenas as europeias.

2 “Para Glissant o imaginário é a construção simbólica mediante a qual uma comunidade (racial, nacional, imperial, sexual, etc.) se define a si mesma. [...] o termo não tem nem a acepção comum de uma imagem mental, nem o sentido mais técnico que adquire no discurso analítico contemporâneo, no qual o imaginário forma uma estrutura de diferenciação com o Simbólico e o Real, dou ao termo um sentido geopolítico e o emprego na fundação e formação do imaginário do sistema-mundo moderno colonial”. (MIGNOLO, 2005, p.33)

3 Freire observa essa construção histórico-sociológica, cultural e estrutural no latifúndio e sua relação verticalizada hierarquizada em estratos sociais até os camponeses. Modelo antidialógico que implica em que “os estratos mais ‘baixos’ são considerados, [...] naturalmente inferiores. Para que estes sejam assim considerados, é preciso que haja outros que desta forma os considerem, ao mesmo tempo em que se consideram a si mesmos superiores. [...] Os camponeses introjetam o mito de sua ignorância absoluta.” (FREIRE, 1975, p. 48-49). Aqui se trata de colonialismo interno exercido pelo formato aplicado desde o início da colonização de ocupação dos países ibéricos na América Latina.

4 Se o legislador tem sua formação escolar, cultural e social eurocêntrica, mesmo que subjetivamente, legislará com base neste arcabouço intelectual, de crenças e ideologias constituídas, tendendo a manifestar a mentalidade colonial na criação de Leis. Isto, óbvio, conjecturando apenas no âmbito da individualidade e da subjetividade, sem levar em consideração os outros interesses envolvidos, como os de partidos, de grupos e em alguns casos sub-reptícios.

na justiça e no direito⁵; na política e na economia.

O colonialismo do saber se manifesta em todas as instâncias, pois, arraigado na cultura, no vocabulário e no conteúdo escolar, impregna desde cedo, no indivíduo, o aprendizado condicionante de pensar que o formato vigente colonial é o ideal, único possível e excludente, pois toda alternativa será sempre mal vista. Ou seja, como afirma Wallerstein (2007) o universalismo científico eurocêntrico legitima e subsidia a criação de estruturas políticas, econômicas, e sociais para este sistema. “As estruturas do saber desenvolveram-se historicamente em formas úteis à manutenção do nosso sistema-mundo vigente” Wallerstein (2007, p. 94). Entende-se, assim que descolonizar o saber é uma proposta inadiável se o objetivo for a construção de sociedades livres na máxima pragmática deste termo.

Muitos estudos vêm sendo realizados nas últimas décadas, especialmente na América Latina e Caribe, mas também em outras localidades que apontam para a descolonização do saber como proposta para a construção de sociedades mais justas e emancipadas socialmente. Partindo desta macroestrutura, faremos um recorte para a nossa área de atuação, a comunicação e educação. Ao estudarmos a educomunicação como proposta alternativa na ambiência escolar da rede pública municipal de Natal/RN, vivenciamos experiências que serão abordadas neste artigo como subsídios às reflexões sobre o papel da comunicação social na descolonização do saber.

Para iniciar este estudo levantamos algumas questões para direcionar o caminho a ser seguido. Porque é preciso descolonizar epistemologicamente em relação ao universalismo científico? Como a comunicação social pode contribuir para a descolonização do saber? Não temos a pretensão de elucidar tais pontos, mas contribuir com análises de nossas vivências metodologicamente sistematizadas da

⁵ Quanto aos juízes e desembargadores do sistema judiciário, em todas as instâncias, se aplica a mesma situação acima descrita, o seu julgamento é pautado em parte pela determinação da lei, mas também pela sua interpretação pessoal do caso gerando jurisprudência, e isso é determinado subjetiva e objetivamente pela formação, crenças e ideologias adquiridas ao longo de sua vida.

comunicação experimental aplicada.

Dando continuidade à construção de nossa linha de raciocínio temos que o nosso objetivo foi estudar a comunicação social com os resultados da prática da educomunicação no ambiente escolar planejadas com propostas emancipatórias do saber e da relação socio-cultural, aplicadas a um grupo de alunos do ensino fundamental do município de Natal/RN.

O campo empírico de nossas investigações é uma escola municipal situada no bairro dos Guarapes, na Rua da Lagoa Seca S/N, um bairro de periferia marginalizado pela mídia e pela sociedade. Participaram desta pesquisa alunos do sexto ao nono anos do período vespertino em que na maioria estavam desniveados⁶. O recorte temporal foi o ano letivo de 2016, incluindo greve, paralizações e outros imprevistos que foram impeditivos passageiros.

Traçamos um caminho metodológico para a realização deste estudo com base em duas etapas. A primeira foi a revisão bibliográfica dos autores selecionados para compor o *corpus* teórico da fundamentação epistemológica. Dentre eles, Muniz Sodré, Boaventura Sousa Santos, Walter Mignolo, Edgardo Lander, Paulo Freire, Ismar de Oliveira Soares. E como segunda etapa o pragmatismo empírico das propostas planejadas de atividade educacional na escola. Antes de abordar a descolonização e os resultados da pesquisa, convém realizarmos uma digressão sobre assuntos correlatos como fundamentação prévia para os demais. Isto para estabelecer as relações intrínsecas ao tema deste estudo com um melhor aproveitamento didático-metodológico.

Colonialismo ontem e hoje

De povos dominando outros povos existem relatos históricos desde a antiguidade. As expansões gregas e depois as romanas há mais

⁶ Fora da faixa etária padrão para a série que cursavam, seriam os repetentes numa terminologia em desuso.

de dois milênios deram início à epigênese de uma protoglobalização⁷ nos territórios conhecidos na época. Alexandre da Macedônia em sua expedição de conquista subjuga a Pérsia e depois segue rumo ao oriente. Conforme conquistava as cidades e povos, implantava a cultura helênica nestas localidades. O império romano com forte influência da cultura grega seguiu a mesma estratégia expansionista dominando grande parte do mundo impondo sua língua, economia, cultura, religião, leis etc.

Em meio ao renascimento da idade média com o avanço marítimo dos países ibéricos⁸ “descobrem-se” as Américas segundo a história oficial e tem início a conhecida colonização da América Latina. Ateremo-nos à América Central e do Sul, Mignolo (2005) entende por mundo moderno/colonial ou sistema mundo/moderno colonial a – a partir do sec. XVI com o estabelecimento do circuito comercial do Atlântico que gerou impacto na formação do mundo moderno/colonial que vivemos hoje.

A retórica do poder Wallerstein (2007) se baseava no discurso legitimado pelas ciências e o direito no qual posicionava o colonizador como ser superior, bom e civilizado em contraponto aos bárbaros, desalmados, sub-raça das colônias. Estes deveriam ser “salvos” de si mesmos recebendo a doutrinação e civilização do europeu. Justificava-se, também, com esse discurso a legitimidade de direitos nas ocupações e desapropriações territoriais dos povos ameríndios na América Latina pelos europeus.

Da ocupação colonial portuguesa no Brasil resultou um obscurantismo secular, no qual somente em 1808 foi criado o primeiro curso superior⁹, assim como outras instituições e também a imprensa. Ano que se tornou “o marco inicial de nossos meios de comunicação social

7 Protoglobalização aqui se enquadra na expansão cultural, econômica e de fronteiras entre colonizador e colonizados da antiguidade.

8 Portugal e Espanha.

9 “O modelo de ensino superior foi o da formação para profissões liberais tradicionais, como direito e medicina, ou para as engenharias” (SAMPAIO, 1991, p.3).

[...] quando passou a circular, em 1º de junho, o *Correio Braziliense*¹⁰, primeiro jornal brasileiro, mas que era editado na Inglaterra.

Chegado o tempo das independências e o surgimento das repúblicas, não se concretiza o sonho de Simón Bolívar de se criar uma grande nação de Estados Latinos Unidos inspirado nos Estados Unidos da América do Norte. É o fim da colonização geoeconômica de ocupação dos países ibéricos sobre América Latina. Entretanto, conforme assevera Aníbal Quijano quanto à formação do sistema-mundo moderno-colonial na América Latina “o fim do colonialismo não significou o fim da colonialidade” (QUIJANO APUD LANDER, 2005, p.4).

Pode-se compreender o porquê da perpetuação do colonialismo no pensamento de Santos (2010,) ao falar da dificuldade em pensar numa alternativa para o colonialismo não estar tanto nas políticas de Estado durante a ocupação estrangeira, mas no léxico usado, na gramática social que permeia espaço público, privado, cultura e subjetividades. Este permanece arraigado à cultura e reforçado pelo saber eurocêntrico ensinado nas universidades e escolas.

O patrimonialismo e o colonialismo interno não só se mantiveram depois das independências, sendo que em alguns casos inclusive se agravaram. A dificuldade de imaginar uma alternativa ao colonialismo reside em que o colonialismo não é só principalmente uma política de Estado, como acontecia durante o colonialismo de ocupação estrangeira; é uma gramática social muito ampla que atravessa a sociabilidade, o espaço público e o privado, a cultura, as mentalidades e subjetividades (SANTOS, 2010, p.14-15 tradução nossa).

Atualmente apesar de ainda haver conflitos por território e por dominação econômica, a colonização permanece mais nos campos subjetivos. Com a globalização tecnológica fronteiras foram vencidas e a colonização cultural, ideológica que sempre ocorreu, ganhou mais

10 Disponível em: <http://observatoriodaimprensa.com.br/e-noticias/o-nascimento-do-jornalismo-no-brasil/>

força, ganhou também, formas estéticas agradáveis e até desejáveis. Em seu livro *Cultura de Massa no sec. XX* Morin (2009) explana sobre os olímpianos¹¹ como objetos de desejo do público que os imitam em tudo o que professam, sua cultura, hábitos de consumo até a forma de pensar socialmente e posicionamentos políticos.

Assim temos que a cultura de massa nos meados do século passou a proporcionar um salto para uma neocolonização cultural e econômica na influência de pessoas em todos os continentes quanto à monocultura eurocêntrica. “A cultura de massa é uma cultura: ela constitui um corpo de símbolos, mitos e imagens concernentes à vida prática e à vida imaginária, um sistema de projeções e de identificações específicas” Morin (2009, p.15).

Convém observar que a cultura de massa não transita apenas no campo cultural, na verdade, ela é um subproduto do capitalismo como meio de movimentação do mercado (produção-consumo), ou seja, trata-se do estímulo cultural ao consumismo. No âmago desta cultura está o sistema mundo moderno colonial. Esse colonialismo perdura até os dias atuais como forma de manter por meio de uma ideologia voltada para a economia – sistema econômico neoliberal. Sobre isso explica Mignolo que:

o capitalismo, como a modernidade, aparece como um fenômeno europeu e não planetário, do qual todo o mundo é partícipe, mas com distintas posições de poder. Isto é, a colonialidade do poder é o eixo que organizou e continua organizando a diferença colonial, a periferia como natureza (MIGNOLO, 2005, p.34).

O capitalismo como componente econômico do sistema mundo assim como o pensamento moderno ocidental é um pensamento abissal. Afirmo Santos (2010, p.29 tradução nossa) que “o invisível constitui o fundamento do visível e são estabelecidos através de linhas radicais que dividem a realidade social em dois universos, o universo deste lado da linha, e o universo do outro lado da linha”. O autor comenta do que ele conceitua como pensamento abissal, ou

¹¹ São pessoas famosas: artistas, atores, músicos, cantores – celebridades.

seja, um abismo que separa dois universos, em que as desigualdades e invisibilidades são separadas por uma linha que define os espaços entre colonizadores e colonizados.

O pensamento abissal é um elemento presente no colonialismo. Observamos essa condição em duas situações, primeiramente, só o fato de classificar povos e culturas superiores e outras inferiores já constitui ação abissal separatista. E em segundo lugar os povos e culturas tidos como “superiores” ao legitimarem-se em direitos baseados em valores universalistas eurocêntricos para a intervenção sobre povos tidos como “inferiores” é a configuração da colonialidade abissal no sistema mundo moderno colonial.

Percebe-se que a perpetuação da colonialidade decorre da cultura, do léxico, dos sistemas político-econômicos, do universalismo científico Wallerstein (2007). Portanto, deduz-se que uma instância fortemente colonizadora é a universidade com epistemologias do norte¹² presentes no paradigma dominante. Notabiliza-se que um processo importante para a conquista real da emancipação é a descolonização dos saberes.

Descolonizar para uma ecologia dos saberes

No livro um discurso sobre as ciências, Santos (2004), tece um lúcido raciocínio sobre o que ele chama de paradigma dominante e paradigma emergente, ao se referir ao reducionismo mecanicista e ao estudo da complexidade respectivamente. Wallerstein (2007) denominou de universalismo científico o eurocentrismo dominante nos saberes acadêmicos que forma modelos seguidos por todas as culturas e países, e que legitimou a estrutura do sistema mundo moderno. Abordando este assunto nos explica Santos (1994, p.168) que o “universalismo dos objetivos fizeram da universidade uma instituição única, relativamente isolada das restantes instituições sociais,

¹² Epistemologias do norte - são teorias e conhecimentos acadêmicos que tanto se baseiam como reforçam o pensamento abissal, o colonialismo e eurocentrismo.

dotada de grande prestígio social e considerada imprescindível para a formação das elites”.

Wallerstein assevera que a partir do final do século XX, com o surgimento de dois movimentos os estudos da complexidade nas ciências naturais e os estudos culturais nas humanidades desencadearam mudanças no universalismo científico, pois, foram movimentos de protesto contra a posição historicamente dominante dentro de seus campos. Ou seja, a complexidade foi uma rejeição ao determinismo newtoniano, assim como “o movimento dos estudos culturais foi igualmente uma rejeição do conceito básico das ciências humanas: cânones universais de beleza e de normas do bem na lei natural [...]” Wallerstein (2007, p. 104).

As ciências, especialmente as sociais, foram instrumentos de legitimação e de estruturação do sistema mundo moderno. “As estruturas do saber desenvolveram-se historicamente em formas úteis à manutenção do sistema-mundo vigente” Wallerstein (2007, p. 94). Também analisando o papel das ciências no ordenamento do sistema e das relações internacionais, assim como sobre a colonialidade do saber, explica Castro-Gómez que:

As ciências sociais funcionam estruturalmente como um aparelho ideológico que, das portas para dentro, legitimava a exclusão e o disciplinamento daquelas pessoas que não se ajustavam aos perfis de subjetividade de que necessitava o Estado para implementar suas políticas de modernização; das portas para fora, por outro lado, as ciências sociais legitimavam a divisão internacional do trabalho e a desigualdade dos termos de troca e de comércio entre o centro e a periferia, ou seja, os grandes benefícios sociais e econômicos que as potências europeias obtinham do domínio sobre suas colônias. A produção da alteridade para dentro e a produção da alteridade para fora formavam parte de um mesmo dispositivo de poder. *A colonialidade do poder e a colonialidade do saber se localizadas numa mesma matriz genética.* (CASTRO-GÓMEZ, 2005, p.84)

Descolonizar o saber significa fazer com que a ciência deixe de ser

monocultura eurocêntrica e passe a ser uma pluralidade de conhecimentos dialógicos que se conectam e interagem com povos, saberes e culturas até então marginalizadas por um elitismo epistemológico. A descolonização passa pela adoção do paradigma emergente proposto por Santos (2004), ou seja, validar o senso comum, incorporar os excluídos e os invisíveis aos interesses “acadêmicos”, como a metafísica, religião, cultura regional, saber popular, etc.

A proposta de descolonizar os saberes tem se demonstrado fortemente devido à inúmeros estudos realizados na América Latina em que muitos pesquisadores vêm apontando para esta possibilidade. Sobre isso afirma Sodré que:

a descolonização implicada em um ecologia dos saberes [...] é ao mesmo tempo epistemológica e política. A busca dessa ecologia cognitiva não resulta de nenhum voluntarismo acadêmico, é antes uma tomada de posição ativista sobre a Modernidade latino-americana, em que a diversidade cultural, diferentemente do que ocorre no Norte planetário, leva a uma coexistência necessária de lógicas heterogêneas de desenvolvimento social. (SODRÉ, 2012, p.44)

De fato, para que haja a ecologia dos saberes é preciso, também, observar uma mudança de postura íntima, inclusiva e agregadora. Que considere a diversidade cultural e saberes como constitutiva de tudo que fazemos parte. Contudo, é um voluntarismo que deve transcender ao ambiente da academia, das universidades indo além das fronteiras da materialidade. Deve mesmo se iniciar numa mudança pessoal da forma como nos relacionamos com o mundo, rever nossos conceitos, nossas falas.

Segundo Santos (2010) é no léxico que se perpetua a colonialidade, replicamos padrões eurocêntricos nos pormenores de nossas ações comezinhas. E inclusive podemos nos perceber contraditórios, às vezes quando adotamos posturas descolonizantes, mas em nossa fala surgem palavras colonizadoras. Isso, é óbvio, se deve aos séculos de formação eurocêntrica que ainda impregnam a nossa sociedade.

Desde pequenos ouvimos padrões de colonialidade nas falas de nossos pais, professores, na comunidade. Vemos estes padrões na televisão, nas expressões culturais, enfim, em todos os lugares. Percebe-se assim quão forte tem sido a atuação da universidade com seu modelo de pensamento monocultural eurocêntrico na formação da sociedade ao fundamentar as propostas escolares nos processos de ensino das novas gerações.

Sobre este ponto Sodré (2012) contextualiza a escola como uma das formas modernas, entre nação e mercado, e que há relação de dependência entre os saberes incorporados na escola em função das outras formas. Cita Brüner quando assevera que “a escola é uma das matrizes da modernidade, enquanto separa a transmissão cultural de qualquer suporte fixo, radicando-o no próprio processo de escolarização” Sodré (2012, p.82).

O autor nos ajuda a entender que o que define a escolarização é a forma cultural que aciona o processo interativo. Sodré em outra obra explica que “a educação [...] neste século corresponde a um modelo societal compatível com o regime fordista de trabalho” Sodré (2002, p.88). As juventudes foram educadas dentro dos padrões preestabelecidos conectados ao sistema cultural hegemônico que por sua vez, está vinculado ao político-econômico eurocêntrico.

Entende-se assim, que a descolonização dos saberes para uma ecologia dos saberes, é um processo muito mais complexo que meras alterações teórico-metodológicas de epistemologias no interior das universidades. Adentra-se, aí, aos meandros da formação do indivíduo, na sua construção pessoal de saberes e de cultura, da forma como se relaciona com as outras pessoas, com a sociedade dentro de sua comunicabilidade. É por meio da comunicação que a colonialidade se perpetua, e é também por meio dela que se constrói a liberdade. Podemos falar em desconstrução para reconstruir, desaprender para aprender.

Quando falamos da comunicação estamos pensando em toda a sua contextualização sociocultural na relação humana, na dialogici-

dade e interatividade presente na construção cognitiva do processo comunicacional. Ou seja, a comunicação transcendente a mera transmissão de mensagens e/ou reprodução de informações, trata-se de um processo educacional intrínseco. Ou seja, toda ação educativa advém de processos comunicacionais, assim como toda ação comunicativa gera cognição.

Trajetos comunicacionais na educação pela educomunicação

A confluência das áreas da comunicação e da educação vem ocorrendo com estudos datando algumas décadas. Em 1930 surgiram nos Estados Unidos devido ao advento da televisão. “No Brasil, em ações [...] por Roquete Pinto e Anísio Teixeira; e na França, com o trabalho de Celestín Freinet, para citarmos algumas referências” (CITELLI; COSTA, 2011, p.7).

Devido à popularização das tecnologias digitais, o imenso fluxo informacional, acessibilidade aos dispositivos móveis, aliados à interatividade transformaram as velhas tensões entre comunicação e educação em efetiva ruptura de paradigmas escolar/educacional. As informações que circulam nas redes e as mediações comunicacionais entre os prosumidores¹³ fazem da aquisição de conhecimento uma atividade disseminada em vários locais, plataformas, canais e meios. Martín-Barbero assevera que:

a escola deixou de ser o único lugar de legitimação do saber, pois existe uma multiplicidade de saberes que circulam por outros canais, difusos e descentralizados. Essa diversificação [...] fora da escola, é um dos desafios mais fortes que [...] a comunicação apresenta ao sistema educacional. (MARTÍN-BARBERO, 2011, p.126)

Portanto, a demonização que alguns profissionais da área pedagógica/educacional fizeram à mídia e sua conseqüente execração da atividade educativa em sala de aula chega aos seus últimos suspiros

¹³ Consumidores de informação que também produzem informação.

de sobrevida. A atual conjuntura tecnológica e a cultura midiática digital hiperdisseminada não permitem mais o enrijecimento metodológico nas práticas defasadas de transmissivismo instrucionista.

As mídias digitais têm atuado intensivamente na educação, mesmo que indiretamente rompendo com a postura passiva e apassivadora tanto da comunicação de massa em relação ao seu público, quanto da educação bancária conceituada por Freire em que o docente é o detentor exclusivo do conhecimento. A atualidade comunicacional, tecnológica e social permite interacionismo entre seus usuários, o que gera, também, tensões nestas áreas de conhecimento.

Para Freire (1996, p.14) “formar é muito mais do que puramente treinar o educando no desempenho de destrezas [...]”. Compreende-se que a educação tem um papel formador, e como mencionado antes pode perpetuar um paradigma dominante ou romper com padrões engessados estimulando os educandos utilizar sua força criadora na eterna (re)construção social.

Observando esse movimento percebe-se uma potencialização acerbada decorrente da inserção das mídias digitais na atual conjuntura sociocultural atuando, indiretamente, como educação midiaticizada. Martín-Barbero (2011, p.134) afirma que “a educação tem de ajudar a criar nos jovens uma mentalidade crítica, questionadora, desajustadora da inércia na qual as pessoas vivem, desajustadora da acomodação na riqueza e da resignação na pobreza”.

Levando em consideração o colonialismo do discurso hegemônico da mídia comercial em relação ao contexto social envolvendo comunidades carentes, percebe-se exclusões étnicas, enculturação homogeneizante, viés político econômico neoliberal que vem impondo sua própria ótica elitista.

Convém pensar no papel que a mídia alternativa cumpre ao fazer valer na prática a liberdade de expressão aos excluídos¹⁴ da grande

¹⁴ Exclusão aqui se refere ao direito de ter voz, expressar sua cultura, sua fala, seu pensamento nos meios de comunicação de massa. A imagem desses componentes sociais como elemento sensacionalista sob sua própria ótica, a mídia hegemônica sempre explorou.

mídia. Com as mídias digitais está ocorrendo um empoderamento de classes, grupos e sociedades relegadas ao ostracismo pelas mídias tradicionais. Redes sociais blogs e sites estão dando visibilidade ao conteúdo regional, a produção de informação e de cultura local que está investida de um discurso contra-hegemônico por natureza e não por finalidade precípua.

Neste sentido assevera Baccega (2011) já não ter mais aplicabilidade à velha questão de utilizar ou não a mídia na educação formal. Esta autora afirma que devido à incontestável presença cultural da mídia e sua capacidade formadora, deve-se pensar nos meios como “educadores, uma outra agência de socialização, e por eles passa também a construção da cidadania” Baccega (2011, p.32).

Partindo de todos estes apontamentos, entendemos que a participação de alunos na produção de informação e cultura em seu ambiente escolar e em sua comunidade, apropriando-se de técnicas e habilidades de produção e veiculação de material multimídia digital, desenvolvimento analítico de discurso e crítica social, assim como envolvimento da escola em atividades comunicacionais incluindo a utilização de mídia no processo educacional pode vir a ser um caminho para a descolonização dos saberes sob a atuação da comunicação social no campo educacional.

Jovens que querem falar

O projeto MAIS GUARAPES COMUNICAÇÃO¹⁵ é um projeto de extensão da UFRN – Universidade Federal do Rio Grande do Norte, pela PROEX – Pró-reitoria de extensão, no qual alunos de graduação e pós-graduação, servidores e voluntários coordenados pelo professor Dr. Itamar de Moraes Nobre, atua com a educação numa escola do ensino municipal do Natal/RN. O projeto é um agência de comunicação de conteúdo multimídia na escola no qual os próprios alunos produzem o material a ser publicado.

¹⁵ Disponível em: <https://maisguarapescomunicacao.wordpress.com/>

A proposta metodológica é a autonomia dos alunos e a construção da cidadania nas atividades educacionais e no relacionamento interpessoal. O viés pós-colonial¹⁶ de nossas ações se inicia na interação do projeto com a direção da escola no qual a grande afinidade de ideias gerou a congruência de ações descolonizantes e inclusivas. Desde o princípio das ações em entre abril e maio de 2016 já se registra a proposta pós-colonial na metodologia de seleção dos alunos.

Foi a escola quem geriu o processo de seleção, e o critério adotado foi o interesse dos próprios estudantes em participar do projeto. Ou seja, os alunos¹⁷ selecionaram a si mesmos. Também, como proposta inclusiva, solicitamos que os alunos muito ativos que apresentavam problema de comportamento não fossem excluídos caso quisessem participar.

Após a constituição da equipe de alunos, durante o primeiro encontro com os participantes do projeto Mais Guarapes Comunicação, percebemos naqueles jovens muita energia e vontade de ter uma oportunidade para fazer algo diferente do que a condição atual lhes propiciava.

Apresentamos a proposta de montar uma agência de comunicação na escola, assim como o tipo de produção multimídia que seria produzida: reportagem em vídeo, texto, *podcast*¹⁸ e fotografia. Vimos seus olhos brilharem com a possibilidade de eles mostrarem o lado bom dos Guarapes¹⁹, eles que vivem no interior daquela comunidade massacrada pelo estigma da violência como discurso sensacionalista da grande mídia.

Após um mês de oficinas para aperfeiçoamento de conhecimentos em filmagem, fotografia, edição, gravação de áudio, entrevista, produ-

16 Termo que se refere à abolição do colonialismo no pensamento e na prática.

17 Os alunos participantes do projeto são de turmas do sexto ao nono ano do ensino fundamental 2 de escola pública do município do Natal/RN. Estudam no horário vespertino e participam do projeto uma vez por semana, nas sextas-feiras pela manhã.

18 Podcast – gravação de áudio editada para postar em site ou blog na internet.

19 Guarapes – bairro em que moram, incluindo bairros vizinhos como Planalto e Leningrado.

ção de texto, etc., os alunos passaram a produzir suas próprias pautas assistidos por nossa equipe, ainda durante o processo de construção de saberes. Paulatinamente a execução das atividades comunicacionais passou a contar cada vez menos com a participação da nossa equipe²⁰. No transcorrer dos meses percebemos múltiplas mudanças nos alunos. Gerou-se o estreitamento dos laços de amizade e respeito entre todos, melhora do comportamento daqueles alunos que davam “trabalho” antes de participarem do projeto. Segundo depoimento deles próprios isso se deve à forma como nós os valorizamos, os incentivamos, mostrando que são talentos e que podem progredir.

Em relatos coletados com professores da escola, registrou-se a melhora cognitiva, de leitura e interpretação, assim como na escrita. Lidar com a informação e produção de matéria, aliada à motivação por estar atuando em algo que os valoriza como pessoa e cidadão repercutiu positivamente em sala de aula. Também se verificou grande melhoria comportamental nas relações. Esta informação foi relatada pelos próprios alunos, assim como por professores e pela coordenação da escola.

Estes resultados foram devidos a estratégias de atuação. Conhecendo a realidade local, em que os jovens sofrem de baixa autoestima²¹, e da energia criativa inerente aos adolescentes que quando reprimida podem se tornar inquietos ou até rebeldes, utilizamos estratégias metodológicas aplicadas a processos educacionais.

Uma delas foi investir na relação afetiva, estimulando as qualidades individuais, motivando ao dar oportunidade de aprender quando não se sabe e de corrigir quando erravam de forma natural sem punição²², buscando sempre a valorização de cada um deles. Elogiamos

20 A nossa participação maior era na reunião de pauta e na finalização, edição e publicação.

21 No relato do professor Fernando que ministra a disciplina de português para o oitavo e nono ano, se confirma a realidade de baixa autoestima dos jovens da escola. Ele fala também como são motivados os que participam do Mais Guarapes por serem valorizados e estarem engajados numa atividade que os mobiliza.

22 Utilizamos o erro como processo de aprendizagem tratando-o com naturalidade e leveza. Não como avaliação de incapacidade ou punição excludente.

reconhecendo cada avanço, e trabalhamos os pontos a serem melhorados com amenidade. E quando foi preciso chamar a atenção por descumprimento dos combinados de boa convivência, foi feito também. Construiu-se uma profunda relação de respeito e amizade entre os alunos (as) e a equipe de monitores (da UFRN).

Outro fator de grande relevância da metodologia aplicada foi o tratamento dado a eles durante as ações do projeto, não eram alunos para nós. Desde o começo quando fizemos os combinados para a boa convivência sobre respeito e responsabilidade, também propomos que não seriam alunos conosco, mas profissionais de comunicação atuando de verdade. Desta forma, a opinião deles sempre foi ouvida, e participaram das decisões do Mais Guarapes Comunicação²³. Estar inserido numa atividade que os torna alguém diferente, que pode produzir da forma como gostam e pensam, de não ser apenas um aluno passivo comum, fez com que se envolvessem ainda mais.

Finalizamos o ano de atividade com resultados auspiciosos quanto às melhorias conquistadas pelos alunos. Construímos juntos todo o caminho trilhado por nós e o que mais fortemente ficou registrado são os laços de amizade e esperança para o futuro daqueles meninos e meninas.

Considerações finais

Quando afirmamos que a educação somente acontece por um processo comunicacional, e que toda comunicação gera cognição, estamos ratificando a educomunicação como resposta a inúmeras demandas da escola pública.

Pudemos verificar pragmaticamente que a intersecção da comunicação e da educação, não apenas como técnica ou métodos tecnológicos, mas como uma abordagem complexa no processo educacional do ser humano em formação. Abordando práticas e temáticas pós-

²³ A escolha do nome foi uma eleição realizada com todos os alunos da escola, depois, dos melhores nomes elegeram-se o atual por uma eleição entre os alunos do projeto.

coloniais de valorização do local, do ser humano em ações contra-hegemônicas da comunicação da grande mídia.

Como mencionado anteriormente, a descolonização dos saberes deverá ocorrer muito além do espaço acadêmico das universidades. É na comunicação aplicada à educação no dia a dia, nos detalhes das relações interpessoais, nos planejamentos, nas decisões, na inclusão, no enfoque à cidadania, à cultura local, trata-se também do acolhimento das características das pessoas e da comunidade. Esta é a proposta do Mais Guarapes Comunicação, transcendendo a mera produção de matérias e a reprodução de técnicas comunicacionais.

Estamos falando de uma contextualização pertinente à complexidade comunicativo-educacional existente nos fatos, nas pessoas, vivências, crenças, instituições, desafios, sentimentos e expressão. Que finda num arcabouço que é o conhecimento de mundo de cada indivíduo. Neste caminho é que se trilha uma proposta de descolonização para a construção de outras perspectivas cognoscíveis que serão os primeiros passos para a ecologia dos saberes.

A comunicação contribuiu para a descolonização do saber no que tange à própria organização da estrutura do projeto, das ações, nas relações interpessoais, das pautas, do envolvimento com a escola e com a comunidade. Sem dúvida há um grande caminho a ser trilhado neste campo e que nossa contribuição é uma gota no oceano. Mas o que é o oceano se não uma infinidade de gotas?

Referências

BACCEGA, Maria Aparecida. Comunicação e educação e a construção de nova variável **histórica**. In CITELLI, Adílson Odair; COSTA, Maria Cristina Castilho (org.). **Educomunicação: construindo uma nova área de conhecimento**. São Paulo: Paulinas, 2011.

CASTRO-GÓMES, Santiago. Ciências sociais, violência epistêmica e o problema da “invenção do outro”. In: LANDER, Edgardo (org.). **A**

colonialidade do saber: eurocentrismo e ciências sociais. Perspectivas latinoamericanas. Colección Sur Sur, CLACSO, Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina, setembro 2005. Disponível em: <http://bibliotecavirtual.clacso.org>.

CITELLI, Adílson 'Odair; COSTA, Maria Cristina Castilho (org.). **Educomunicação:** construindo uma nova área de conhecimento. São Paulo: Paulinas, 2011.

FREIRE, Paulo. **Extensão ou comunicação?** Tradução de Rosisca Darcy de Oliveira. 2 ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1975.

LANDER, Edgardo (org). **A colonialidade do saber:** eurocentrismo e ciências sociais. Perspectivas latinoamericanas. Colección Sur Sur, CLACSO, Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina, setembro 2005. Disponível em: <http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/>.

MIGNOLO, Walter D. A colonialidade de cabo a rabo: o hemisfério ocidental no horizonte conceitual da modernidade. In: LANDER, Edgardo (org). **A colonialidade do saber:** eurocentrismo e ciências sociais. Perspectivas latinoamericanas. Colección Sur Sur, CLACSO, Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina, setembro 2005. Disponível em: <http://bibliotecavirtual.clacso.org>.

MORIN, Edgar. **Cultura de massa no século XX:** neurose. Vol. 1, 9ª ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2009.

SANTOS, Boaventura de Sousa. **Pela mão de Alice:** o social e o político na pós-modernidade. 7 ed. Porto / PT, Edições Afrontamento, 1994.

_____. **Um discurso sobre as ciências.** 2 ed. São Paulo: Cortez, 2004.

_____. **Descolonizar el saber, reinventar el poder.** Ediciones Trilce-Extensión Universitária, 2010.

SAMPAIO, Helena. **Evolução do Ensino Superior Brasileiro:** 1808 -1990. Núcleo de Pesquisas sobre Ensino Superior – USP - 1991. Acessado em: 17/11/2016. Disponível em: <http://nupps.usp.br/downloads/docs/dt9108.pdf>.

SODRÉ, Muniz. **Antropológica do espelho:** Uma teoria da comunicação

linear e em rede Petrópolis: Vozes, 2002.

_____. **Reinventando a educação**: diversidade, descolonialização e redes. Petrópolis, RJ: Vozes, 2012.

WALLERSTEIN, Immanuel Maurice. **O universalismo europeu**: a retórica do poder. Tradução Beatriz Medina. São Paulo: Boitempo, 2007.

A FOLKCOMUNICAÇÃO COMO ESPAÇO DE RESISTÊNCIA: A INSERÇÃO NOS PERIÓDICOS ACADÊMICOS NO CONTEXTO DAS EPISTEMOLOGIAS DO SUL

Alice Oliveira de Andrade

Francisco José da Silva Rocha Filho

Itamar de Moraes Nobre

Reflete-se sobre a Folkcomunicação como ciência contra-hegemônica, de acordo com o conjunto de intervenções epistemológicas e teóricas das Epistemologias do Sul (SANTOS; MENEZES, 2010). Fundamentamos nossa reflexão através de um mapeamento quantitativo em revistas científicas, com Qualis A1, B1, B2 e B3, na classificação Comunicação e Informação, no portal de periódicos da CAPES (www.periodicos.capes.gov.br). A estratégia metodológica adotada na pesquisa foi o estado da arte associado à pesquisa bibliográfica. Conclui-se que a Folkcomunicação pode ser enquadrada como uma ciência pós-colonial que ocupa um espaço de resistência no campo científico, tendo em vista a quantidade reduzida de publicações nesses periódicos. Dessa forma, pode ser considerada como uma área de estudo emergente e que se propõe a ser tradutora do pensamento e manifestações populares, visando o estímulo a novas formas de produção do conhecimento científico.

Introdução

Os estudos das teorias da Folkcomunicação são voltados para a tradição da cultura e conhecimentos gerados no meio popular e sua relação com os meios de comunicação de massa. Anunciado em 1967, o termo surgiu a partir da tese de doutorado de Luiz Beltrão. A palavra Folkcomunicação é a interface entre o Folclore e Comunicação, sendo definida por Beltrão (1980, p. 24) como “o conjunto de procedimentos de intercâmbio de informações, ideias, opiniões e atitudes dos públicos marginalizados urbanos e rurais, através de agentes e de meios direta ou indiretamente ligados ao folclore”.

Na sua iniciativa Beltrão já levou em consideração que a comunicação não é feita apenas nos âmbitos comerciais, intelectual e erudito; mas também inclui nesse contexto as manifestações e formas populares de produção conhecimento, diálogos informais da cultura de massa e disseminação de informações culturais, pois exercem influência significativa no processo de construção da comunicação, de um modo geral. A partir dessa reflexão, observa-se que os estudos ligados à Folkcomunicação estão cada vez mais frequentes, uma vez que o desenvolvimento de novas tecnologias, aliado ao crescente processo de Globalização, proporciona que a disseminação cultural de diferentes populações seja cada vez mais facilitada. Assim, as relações entre comunicação de massa e cultura popular tornam-se objeto de análise de diversos estudos ao redor do mundo.

Para não adotarmos um pensamento tão simplista da relação entre o folclore e a comunicação, por exemplo, corroboramos com as considerações de Schmidt, ao esclarecer que:

Na terminologia Folkcomunicação entram dois termos que merecem distinções, são eles folclore e comunicação. O folclore é o objeto de estudo e a comunicação é a área de conhecimento, dentro das ciências humanas, que fornece os referenciais teóricos e metodológicos. A teoria da Folkcomunicação abarca os processos comunicativos não hegemônicos voltados para a comunicação com um mundo em múltiplos processos. (SCHMIDT, 2007, p. 34).

No contexto apresentado necessitamos discernir que o campo do folclore deve ser o espaço no qual o pesquisador da Folkcomunicação se debruça para compreender e traduzir as formas de comunicação existentes para que os resultados não sejam confundidos com as pesquisas antropológicas. O foco da pesquisa será o processo comunicacional envolvendo o fenômeno estudado.

A fim de contextualizar a nossa pesquisa, para oferecer mais subsídios para o entendimento sobre a Folkcomunicação e suas características, nos guiamos a partir de uma problematização, cuja inquietação foi compreender: Como tem sido a penetração da Folkcomunicação nas revistas científicas, qualis A1, B1, B2 e B3? Esse resultado surgiu como recorte da pesquisa Intitulada: *Itinerário Intelectual sobre a fotografia na Folkcomunicação*, inserido no projeto de pesquisa Cartografia do Conhecimento Científico sobre a fotografia na Folkcomunicação,¹ que visou selecionar quantitativamente os trabalhos desenvolvidos dentro da temática de fotografia e Folkcomunicação, concomitantemente, mas ampliamos o nosso campo de pesquisa. A primeira etapa da pesquisa foi realizada em 2014 e o objeto de estudo teve caráter plural, visto que se tratou de diversas revistas científicas na área da Comunicação, coletados na aba de consulta webQualis da Capes - Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (qualis.capes.gov.br) com *Qualis* B1 e B2, com recorte nas produções nacionais.

O objetivo inicial da pesquisa, da qual essa proposta foi recortada foi fazer um mapeamento sobre os estudos científicos relacionados à fotografia, como interface e estratégia metodológica, no campo da Folkcomunicação, de modo a aprofundar o conhecimento sobre o tema para aplicá-lo nas atividades ligadas ao ensino, à pesquisa e extensão, tanto na Iniciação Científica (graduação) quanto na pós-graduação.

1 Desenvolvida e financiada pela Pró-Reitoria de Pesquisa da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (PROPESQ/UFRN), sob a coordenação e orientação do prof. Dr. Itamar de Moraes Nobre.

Por considerarmos o estudo relevante, a fim de ampliarmos os nossos conhecimentos e contribuir com a divulgação científica na Rede Folkcom, aumentamos a abrangência da nossa investigação para os anos 2015 e 2016, dessa vez com o objetivo de discutir a inserção da Folkcomunicação – considerada a primeira teoria da Comunicação brasileira – nas revistas científicas brasileiras e refletir os resultados a partir do diálogo com as Epistemologias do Sul na perspectiva de Boaventura de Sousa Santos.

Folkcomunicação: uma ciência de resistência

Ao apresentar, em 1967, a sua tese de doutorado, Luiz Beltrão introduziu a teoria da Folkcomunicação no Brasil, definida por ele como “o processo de intercâmbio de informações e manifestações de opiniões, ideias e atitudes de massa através de agentes e meios ligados direta ou indiretamente ao folclore” (BELTRÃO, 2001, p.79). Os debates promovidos por Beltrão sobre a teoria da Folkcomunicação e os demais marcos teóricos desenvolvidos a partir de seu pensamento são objetos de estudo de diversas investigações científicas, formando elos nacionais e internacionais de pesquisa. Como exemplo de estruturação desses estudos, podemos citar a Rede Folkcom e seus diversos eventos na área²; a Associação Latino-Americana de Investigadores da Comunicação, por meio do grupo de trabalho (GT) *Comunicación Intercultural y Folkcomunicación*³; e a Congresso Ibero-Americano de Comunicação (IBERCOM), no GT *Velhos e novos media: Folkcomunicação, Mass e Web Media* e a INTERCOM⁴.

A comunicação de massa levada em consideração pela Folkcomunicação não se limita as informações difundidas na televisão ou rádio, mas também reflete as representações culturais de determinada par-

2 Disponível em: <<http://www.redefolkcom.org/>>

3 Disponível em: <<http://alaic.org/site/grupos-de-trabalho/gt1-comunicacao-intercultural-e-folkcomunicacao/>>

4 Disponível em: <<http://www.assibercom.com/>>

cela da sociedade. Nessa ciência, analisa-se como ocorre o processo de disseminação de informações na cultura popular.

Nesse viés, Beltrão (1980), em seus estudos, apontou relações entre a comunicação de massa e a cultura popular, o folclore e costumes dos povos. A partir daí, é possível notar que esse novo cenário, de crescentes mudanças e trocas simbólicas, também pode ocasionar significativas adaptações da cultura para que possa ser inserida no contexto atual.

Quando se refere à expressão comunicacional de grupos que estão à revelia das práticas sociais vigentes, a linha de pensamento Beltriana classifica-os de três maneiras: grupos urbanos marginalizados, grupos rurais marginalizados e grupos culturalmente marginalizados. O autor define este último como: “Constituem-se de indivíduos marginalizados por contestação à cultura e organização social estabelecida, em razão de adotarem filosofia e/ou política contraposta a ideias e práticas generalizadas da comunidade” (BELTRÃO, 1980, p.103).

Dessa forma, esses grupos desenvolvem meios de resistência cultural, caracterizando-se como contra-hegemônicos, conforme Nobre e Gico (2015). Considerar as expressões folclóricas de grupos marginalizados como forma de comunicação e colocá-las no centro de debates acadêmicos é, perceptivelmente, uma expressão contra-hegemônica da ciência. A partir desse raciocínio, pretendemos refletir sobre a Folkcomunicação como uma expressão contra-hegemônica no âmbito das Epistemologias do Sul, levando em consideração a inserção da teoria de Luiz Beltrão nas revistas científicas da classificação *Comunicação e Informação*, da área de avaliação dos periódicos CAPES⁵.

Para essa discussão, consideramos que na obra *Um discurso sobre as Ciências*, Boaventura de Sousa Santos apresenta a crise do paradigma científico dominante, o qual se refere ao modelo de racionalidade

⁵ Consulta disponível em: <<https://sucupira.capes.gov.br/sucupira/public/consultas/coleta/veiculoPublicacaoQualis/listaConsultaGeralPeriodicos.jsf>>

epistemológico totalitário, valorizador da quantificação, cujo objetivo era conhecer e dominar a natureza. Nesse modelo, o conhecimento do senso comum era descartado, dando lugar à observação sistemática dos fenômenos naturais. Com o surgimento da teoria da Relatividade de Einstein, o paradigma dominante entra em crise, reconfigurando as ideias de espaço e tempo.

O autor, então, advoga o surgimento do paradigma emergente, fundamentado em quatro premissas: 1º) todo conhecimento científico-natural é científico-social; 2º) todo conhecimento é local e total; 3º) todo conhecimento é autoconhecimento; 4º) todo conhecimento científico visa constituir-se em senso comum. Conforme esse último ponto, a ciência dominante desprezava o conhecimento do senso comum por considerá-lo superficial. A ciência pós-moderna, no entanto, valoriza a ligação entre as diversas formas de conhecimento para orientar as ações científicas e promovendo o autoconhecimento.

A proposta das Epistemologias do Sul também abarca essa vertente. Essa corrente aborda alternativas à linha de pensamento dominante que suprime culturas para impor um conhecimento universal. Santos e Meneses (2009) propõem um conjunto de intervenções epistemológicas que exaltam os saberes os quais conseguem resistir à dominação. As Epistemologias do Sul defendem o diálogo entre conhecimentos (ecologia dos saberes) e condenam o colonialismo que suprime culturas (conhecimento do Norte). Para Santos e Meneses (2009, p.12), trata-se de:

(...) conjunto de intervenções epistemológicas que denunciam a supressão dos saberes levada a cabo, ao longo dos últimos séculos, pela norma epistemológica dominante, valorizam os saberes que resistiram com êxito e as reflexões que estes têm produzido e investigam as condições de um diálogo horizontal entre conhecimentos.

Epistemologia refere-se à construção de conhecimento. Sob a ótica dos autores, a epistemologia, ao mesmo tempo em que ajuda nas delimitações e conceituações, também reduz as possibilidades de

diálogo entre o conhecimento considerado válido e o “popular”. O reconhecimento de pluralidade do conhecimento é defendido pelas Epistemologias do Sul, valorizando os saberes suprimidos pelo conhecimento dominante do Norte, por essa razão “Designamos a diversidade epistemológica do mundo por epistemologias do Sul” (SANTOS; MENESES, 2009, p.19).

A sua visibilidade assenta na invisibilidade de formas de conhecimento que não encaixam em nenhuma destas formas de conhecer. Refiro-me aos conhecimentos populares, leigos, plebeus, camponeses, ou indígenas do outro lado da linha (SANTOS; MENESES, 2009, p.25).

Como exemplo do trecho acima, podemos citar a teoria da Folkcomunicação. Apesar do crescimento dos estudos relacionados a essa temática, percebemos, conforme apresentaremos mais adiante, que a teoria Beltraniana ainda é publicada em revistas científicas em um número reduzido em relação a outros assuntos. A Folkcomunicação abarca o âmbito do conhecimento popular e, por essa razão, ainda não é tão disseminada sob o prisma de abordagem científico quanto outras teorias.

As lógicas hegemônicas de construção científica, no contexto ao qual nos referimos, são as temáticas corriqueiras dos artigos nas revistas científicas da área da Comunicação e Informação, tais como: estudos do jornalismo, audiovisual e Cibercultura. Não classificamos, portanto, seu conteúdo como positivista, mas levamos em consideração sua presença majoritariamente quantitativa nos periódicos acadêmicos em comparação com a Folkcomunicação.

A discussão das Epistemologias do Sul e o possível diálogo com a Folkcomunicação foi tema de artigo publicado na Revista Internacional de Folkcomunicação pelos pesquisadores Nobre e Gico (2015). No trabalho, os investigadores apontam características da Folkcomunicação que vão de encontro aos preceitos da Folkcomunicação. Vejamos:

A compreensão sobre a Folkcomunicação no contexto das episte-

mologias do sul pode ser elucidada no entendimento desta como uma linha de pensamento que tende a se opor ao epistemicídio, em linhas gerais, nas suas proposições teóricas, reflexivas e divulgadoras do pensamento popular, das mensagens geradas pelos ativistas midiáticos como um retrato da cultura local, regional; tendo como aporte de conhecimento o repositório tradicional, popular e alternativo do cantador de viola, do repentista, do cordelista, do negro, do índio, do trabalhador rural e urbano, entre outros diversos líderes de opiniões senão superando, mas oportunizando a visibilidade e a distribuição nos meios mais apropriados a essa geração de conhecimento; quais sejam, os vinculados aos próprios meios de produção da mensagem: a literatura de cordel, a cantoria nos centros das feiras livres e populares, o gingado da capoeira, o teatro de rua, o palhaço de rua, o folhetim, os circos populares, o pastoril, o boi de reis, o carnaval, entre as diversas manifestações culturais tradicionais que transmitem ao povo a notoriedade da sua existência em sociedade. (NOBRE; GICO, p. 39, 2015).

Neste contexto, entendemos que a partir do momento em que a Folkcomunicação valoriza vozes que resistem a um processo de supressão da sua visibilidade, tendo um campo disciplinar que acolhe esses atores e fenômenos sociais corroboramos com Nobre e Gico (2015) de que a Folkcomunicação pode se enquadrar dentro da conjuntura das Epistemologias do Sul.

Procedimentos metodológicos

Como metodologia principal, a pesquisa pode ser enquadrada como “estado da arte” ou “estado do conhecimento”, no contexto da Pesquisa Bibliográfica. De acordo com Ferreira (2002, p.01), pesquisas assim são “definidas como de caráter bibliográfico, elas parecem trazer em comum o desafio de mapear e de discutir uma certa produção acadêmica em diferentes campos do conhecimento”. O objetivo é de obter dados quantitativos sobre a inserção da Folkcomunicação nas revistas científicas, para posteriormente discutir com literatura

específica o debate que tentamos elucidar neste artigo.

Para atingirmos os objetivos deste trabalho dividimos a metodologia em duas etapas: primeiro consultamos as revistas científicas avaliadas pela Capes para termos um parâmetro da quantidade de publicações sobre Folkcomunicação dentro deste universo empírico. Após a conclusão da primeira etapa, e provocados pela hipótese inicial de que o número de publicações é baixo se comparado à quantidade de revistas, nos baseamos em literatura específica e debatemos sobre o fenômeno a luz da tese das Epistemologias do Sul, abordada por Boaventura de Sousa Santos.

Para iniciarmos as buscas pelas revistas, consultamos o site do Qualis da Capes⁶, que fornece os estratos de qualificação das revistas científicas nas diversas áreas do conhecimento. No site, foi possível consultar a classificação efetivada no ano de 2015 e na área de avaliação selecionamos a opção Comunicação e Informação (antes Ciências Sociais Aplicadas I).

Debruçamo-nos a analisar as revistas avaliadas com Qualis A1, B1, B2 e B3, disponibilizadas online, pois ainda não temos acesso às edições impressas. Restringimo-nos, ainda, a consultar as revistas que publicam nos idiomas português e espanhol.

A justificava para trabalharmos com as revistas de Qualis B3 é a de que a RIF - Revista Internacional de Folkcomunicação recebe da CAPES esta classificação. Por ser uma revista especializada da Folkcomunicação decidimos incluir o Qualis B3 em nossa amostra.

Sobre a delimitação de nosso campo empírico se faz necessário um esclarecimento: pelo fato de considerarmos a Folkcomunicação uma ciência de resistência nós buscamos analisar somente os artigos que foram fundamentados dentro da ciência folkcomunicacional. Ou seja, não adicionamos aos dados quantitativos aqueles artigos em que víamos o atrelamento entre a comunicação e o folclore, onde era ob-

6 <https://sucupira.capes.gov.br/sucupira/public/consultas/coleta/veiculoPublicacaoQualis/listaConsultaGeralPeriodicos.jsf>. Acessado em: 15 mar 2017.

servado o processo comunicacional, mas os autores por algum motivo não fundamentaram seu trabalho dentro da Folkcomunicação. Só consideramos, ainda os trabalhos que tinham ao menos a palavra-chave Folkcomunicação.

Tendo coletado as informações acessando os portais de revistas, continuamos o processo da pesquisa através da análise descritiva dos dados. Nessa fase se caracteriza a primeira leitura dos dados obtidos na pesquisa. LOPES (2010) diz que a operação da descrição ocorre em dois passos:

O primeiro é constituído por procedimentos técnicos de organização, crítica e classificação dos dados coletados (...) o segundo passo abrange procedimentos lógicos que visam à construção dos ‘objetos empíricos’ e a reprodução do fenômeno nas condições de sua produção. (LOPES, 2010, p. 149).

Apesar da fase de descrição caracterizar uma fase importante do projeto LOPES (2010, p. 151) adverte que quando as pesquisas se interrompem na fase da descrição “Elas não se enquadram na categoria de contribuições *explicativas* da investigação científica” afirma a pesquisadora. Por isso, após a fase de descrição do nosso trabalho iremos prosseguir com a fase de interpretação dos dados coletados.

Na interpretação, ainda segundo LOPES (2010, p. 151), “é quando a pesquisa atinge a condição própria de cientificidade”. Já que os dados já estarão sistematizados pela fase da descrição é possível na interpretação fazer com que os dados dialoguem com o quadro teórico de referência “É somente através dessa fase de elaboração interpretativa dos dados que se pode atingir um padrão de trabalho científico unificado na área de conhecimento da Comunicação” (LOPES, 2010, p. 152).

Nossa interpretação se consolida com a leitura do cenário de publicações em revistas científicas sobre a ciência folkcomunicacional e o enquadramento desta área na tese das Epistemologias do Sul.

Revistas e Qualis

As revistas científicas podem ser consideradas plataformas de divulgação da ciência e fomentam uma ampliação no alcance do conteúdo para uma amplitude maior de pessoas, tendo em vista que muitas são disponibilizadas em portais na internet. Segundo a Capes foram cadastrados 1382 títulos de revistas da área de Comunicação e Informação, na avaliação feita em 2015.

Com o intuito de classificar a produção e divulgação acadêmica dos programas de pós-graduação, a Capes elaborou um mecanismo de avaliação chamado de Qualis que classifica os periódicos de A1 a C, sendo o primeiro de maior peso e o último de menor valor. Essa classificação segue uma série de parâmetros e procedimentos que permitem a Capes mensurar o andamento dos programas de pós-graduação no quesito divulgação científica.

Consultamos os critérios de avaliação elaborados pela Capes e inferimos que: a indexação é um dos parâmetros de avaliação, ou seja, dependendo de suas características será mais bem avaliado; revistas que não atendem aos parâmetros de indexação que são produzidas por programas ou instituições têm padrões específicos de avaliação como, por exemplo, o tempo de publicação e comitê editorial.

Mesmo a Capes informando em seu site que o Qualis é apenas um parâmetro para avaliação dos programas de pós-graduação, temos a noção de que acaba por hierarquizar as revistas dentro da academia científica, tendo em vista que pesquisadores e estudantes podem ser levados a optar por produzir artigos para publicar em revistas de maior Qualis. Neste sentido, Bourdieu (1983) alerta sobre o campo científico enquanto espaço de luta concorrencial. Para o autor:

O campo científico, enquanto sistema de relações objetivas entre posições adquiridas (em lutas anteriores) é o lugar, o espaço de jogo de uma luta concorrencial. O que está em jogo especificamente nessa luta é o monopólio da autoridade “científica” definida, de maneira inseparável, como capacidade técnica e poder

social; ou, se quisermos, o monopólio da competência científica. Compreendida enquanto capacidade de falar e de agir legitimamente (isto é, de maneira autorizada e com autoridade), que é socialmente outorgada a um agente determinado (BOURDIEU, 1983, p. 01).

Dessa forma, é importante dizer que este trabalho está sendo produzido sobre a leitura desse cenário. Faremos nossa análise ponderando também sobre esses critérios de notoriedade das revistas dentro da área científica. Analisar qual o Qualis que está tendo mais publicações de Folkcomunicação é o nosso objetivo específico.

O espaço da Folkcomunicação nos periódicos científicos

Para compreendermos o cenário sobre o qual nos debruçamos neste trabalho, durante o processo de pesquisa acessamos 208 portais de revistas e chegamos ao total de 10 publicações divididas entre artigos, ensaios e até entrevista sobre o tema: Folkcomunicação. Não incluímos nesta contagem a Revista Internacional de Folkcomunicação (RIF), tendo em vista que todas as edições, por se tratar de uma revista especializada, dedicam seu espaço para ciência Folkcomunicacional, o que poderia provocar distorção quantitativa.

Não constatamos um aumento no número de publicação se levado em consideração os dois anos de análise dos portais (2015 e 2016). A quantidade de artigos é igual a 5 publicações por ano.

Observamos que mesmo se tratando de um campo disciplinar que pode ser considerado marginalizado e que se ocupa de observar fenômenos e práticas resistentes ao campo científico dominante, a penetração da área de estudo se dá mais em revistas de Qualis B1 o que pode ser visto como favorável para a divulgação da ciência na comunidade acadêmica. No entanto, não há publicações ainda em revistas de Qualis A1 e só há 1 artigo publicado em 2015 em periódico avaliado em A2.

Elaboramos um quadro para melhor visualização dos dados pes-

quisados, conforme apresentamos abaixo:

Quadro 01: Revistas com publicação sobre Folkcomunicação por ordem de Qualis

Qualis	Conteúdo publicado	Nome da Revista	Ano de publicação
A1	-	-	-
A2	Artigo	Palavra Clave	2015
B1	Ensaio	Comunicação e Sociedade	2015
B1	Artigo	Estudos em Jornalismo e Mídia	2015
B1	Artigo	Comunicação e Sociedade	2016
B1	Artigo	Comunicação e Sociedade	2016
B1	Artigo	Razón y Palabra	2016
B1	Artigo	Razón y Palabra	2016
B2	Entrevista	Rizoma	2015

Fonte: Elaboração nossa.

Existe, ainda, certa hostilidade de determinados pesquisadores do campo da Comunicação sobre os estudos da Folkcomunicação, configurando um sóbrio resguardo ao epistemicídio⁷. Consideramos que o aspecto quantitativo da pesquisa, exposto no quadro acima, corrobora com essa ideia a partir do momento que, nos periódicos acadêmicos da classificação Comunicação e Informação, são escassas as produções científicas voltadas para a área.

A subjetividade da ideia de pertencimento a um espaço, gerando raízes e afetividade quanto à memória cultural, faz parte do processo de autorreconhecimento identitário humano. Os territórios são

⁷ Refere-se à supressão de determinadas formas de saber, como o conhecimento popular, invisibilizando a pluralização da diversidade cultural e valorizando apenas pensamentos coloniais e totalitários. Termo cunhado por Santos e Meneses (2010).

permeados de representações substanciais que podem ser visíveis ou inconcretas, mas refletem os moldes de construção da realidade das pessoas. Os grupos marginalizados e socialmente excluídos veem toda essa perspectiva diariamente fluidificada diante da tentativa de supressão hegemônica de parcela da sociedade.

A expressão folkcomunicacional legitima a cultura e ideologia de grupos marginalizados, permitindo que seus integrantes desenvolvam suas próprias linguagens e formas de produção da comunicação, configurando a Folkcomunicação como uma prática e ciência contra-hegemônicas, pois:

Ao reconhecer esta pluralidade de culturas e modos de expressão próprios de determinados grupos e segmentos sociais, as teorias da Folkcomunicação partem da premissa de que, mesmo diante de uma ideologia hegemônica, projetada por forças políticas, econômicas e culturais propagadas pela mídia, existem diferentes formas de apropriação da cultura de massa e de construção de outros referenciais simbólicos, por meio da cultura popular. (WOITOWICZ, 2007, p.59).

Por ser uma ciência que dá luz às práticas sócio-comunicacionais de grupos marginalizados e classes subalternas que comumente têm pouca visibilidade no espaço hegemônico dos grandes conglomerados midiáticos ou mesmo pela sociedade civil, a Folkcomunicação é uma ciência que pode ser enquadrada em um contexto que vai de encontro ao positivismo. Os grupos de minorias tendem a ser deslocadas, pelos grupos dominantes, a um contexto de invisibilidade e desvalorização, enquanto que a Folkcomunicação busca reforçar a identidade das minorias e dar luz aos seus discursos. À medida que valoriza o senso comum, a cultura e os saberes populares, cultiva um saber pautado em uma vertente contra-hegemônica, conforme substancia Marques de Melo:

A Folkcomunicação adquire cada vez mais importância pela sua natureza de instância mediadora entre a cultura de massa e a cultura popular, protagonizando fluxos bidirecionais e sedimentan-

do processos de hibridação simbólica. Ela representa inegavelmente uma estratégia contra-hegemônica das classes subalternas (MARQUES DE MELO, 2008, p.25).

A cultura popular tem significado, sentido e subjetividade. A mídia, como ambiente no qual podem circular todas essas linguagens, precisa estar preparada para reconhecer essas manifestações. É importante que haja o reconhecimento e valorização de que no mundo há uma pluralidade de saberes, conhecimentos e práticas socioculturais cuja dinâmica contribui para a contextualização da sociedade que temos hoje, como, por exemplo, o conhecimento dos povos indígenas. Na mesma perspectiva, as culturas e manifestações populares têm tanta importância epistemológica quanto o conhecimento científico sistematizado, mesmo que não esteja enquadrada nos moldes da epistemologia dominante.

É uma estratégia do pensamento colonial e abissal (SANTOS; MENESES, 2010) fomentar a invisibilidade daquilo que não está enquadrado nos padrões e costumes da cultura elitista e hegemônica. A Folkcomunicação emerge como uma ciência alternativa ao epistemicídio para superar o pensamento excludente. Por esse motivo, é insatisfatório perceber o escasso espaço ocupado por esses estudos nos periódicos acadêmicos da Comunicação. É necessário o fortalecimento das redes de pesquisa, debates e produções acadêmicas, de modo que se propicie uma maior ocupação da Folkcomunicação no palco científico.

A comunicação midiática atrelada à cultura popular merece ser resgatada não apenas empiricamente, mas também no campo dos estudos. Assim como Beltrão semeou um legado nessa área, os pesquisadores devem empreender estratégias metodológicas para cultivá-lo, consolidando a Folkcomunicação e seus objetos de pesquisa no campo científico hegemônico. Dessa forma, firmaremos raízes na luta contra o conservantismo científico e colheremos os frutos da resistência a favor da valorização da ecologia de conhecimentos presentes no mundo.

Considerações finais

Quando nos engajamos em pesquisar sobre o espaço ocupado pelas pesquisas sobre Folkcomunicação nas revistas científicas e levamos em consideração o estrato de qualificação científica (Qualis) elaborado pela Capes, fizemos com o objetivo de obtermos dados de um cenário já existente, pois a Capes sugere que o Qualis deve ser usado por eles apenas para avaliar os programas de pós-graduação. Dessa forma, não temos a pretensão de hierarquizar os periódicos como melhores ou irrelevantes. Todas as revistas tiveram peso de igual medida para nossa avaliação. No entanto, sabemos que no campo científico as revistas de Qualis mais bem avaliados possuem um peso maior e conseqüentemente uma maior procura para publicações.

Na compreensão de Bourdieu (1983) a capacidade científica de um aluno ou de um pesquisador pode ser mensurada, pela contaminada ideia, do lugar em que ele ocupa nas hierarquias instituídas. Ao propor esse trabalho queremos expandir esse debate e provocar reflexões em quem possa ler o nosso texto, a partir da dúvida, na tentativa de compreendermos se a Folkcomunicação será mais bem reconhecida no ambiente acadêmico se passar a figurar entre os periódicos de maior Qualis. Não sabemos se essa problemática será esclarecida enquanto a Folkcomunicação não ocupar tal espaço, a partir de publicações em que contenham tal conteúdo.

Contudo, decerto, observamos que a fora disso a Folkcomunicação tem aumentado a esfera de adeptos e simpatizantes ao pensamento Beltraniano, a partir das ações da Rede Folkcom, seus pesquisadores e colaboradores com realizações de jornadas científicas regionais, conferências nacionais e encontros internacionais, assim como participações de seus membros coordenando Grupos de Trabalhos (GTs) em congressos quais sejam: Ibercom, Lusocom, Alaic, Intercom. Essa inserção é um tipo de visibilidade que auxilia na divulgação tanto da Rede Folkcom como do campo da Folkcomunicação, e para além disso, reforça o campo das Epistemologias do Sul, na Comunicação Social

As Epistemologias do Sul, dentro da perspectiva abordada neste texto, priorizam o conhecimento comumente suprimido pela ciência positivista e pela hegemonia, como é o caso do conhecimento popular. Este, por sua vez, tem abrangência reduzida apenas à ambiência geográfica onde surgiu, tendendo a ser desvalorizado por um conhecimento que segue o rigor científico, em especial o pensamento clássico.

Beltrão, com sua tese, apresentou uma teoria que abarcava a comunicação de um povo marginalizado, a Folkcomunicação em si é uma teoria que está à margem de temáticas acadêmicas ditas tradicionais, tendo um espaço reduzido nas revistas acadêmicas - exceto quando se trata de uma publicação segmentada. Por conseguinte, a Folkcomunicação, como ciência tradutora e valorizadora do conhecimento popular - invisibilizado pelo viés científico colonizador - faz parte da diversidade epistemológica pregada pelas Epistemologias do Sul.

Consideramos a revista segmentada da área como um espaço de resistência o qual dá luz a uma temática de pesquisa que rompe com o modelo positivista de ciência, contribuindo para a promoção de uma ecologia de saberes. Há 14 anos no mercado editorial de revistas científicas a Revista Internacional de Folkcomunicação (RIF) representa um suporte para que os pesquisadores da área possam compartilhar o fruto de suas reflexões, projetos, artigos, ensaios e demais conteúdos acadêmicos. A RIF é editada pelo Programa de Mestrado em Jornalismo da UEPG, Rede de Estudos e Pesquisa em Folkcomunicação (Rede Folkcom) e Cátedra UNESCO/UMESP de Comunicação para o Desenvolvimento Regional, com apoio da Editora UEPG e da Fundação Araucária/SETI.

Avaliamos que a discussão apresentada neste texto é preliminar, especialmente levando em consideração a dimensão teórica que envolve esses conceitos. No entanto, a partir dessa observação incipiente, verificamos que a inserção do legado beltraniano nas revistas científicas ainda é escassa. Devido aos aspectos considerados no tópico anterior, consideramos a Folkcomunicação como uma proposta

científica contra-hegemônica e emergente.

É necessário, pois, que a rede de pesquisadores desse campo intensifique a inserção nos periódicos acadêmicos. Não se trata, porém, de uma valorização exacerbada do produtivismo científico, e sim da necessidade de remover do fosso abissal (SANTOS; MENESES, 2010) a teoria da comunicação brasileira que sublinha a multiplicidade de saberes. Por essa razão, pretendemos, em trabalhos e discussões futuras, dilatar as raízes desta pesquisa e desenvolver essa ideia.

Referências

BELTRÃO, Luiz. **Folkcomunicação**: a comunicação dos marginalizados. São Paulo: Cortez, 1980.

BELTRÃO, Luiz. **Folkcomunicação**: um estudo dos agentes e dos meios populares de informação de fatos e expressão de idéias. Porto Alegre: EdiPUC-RS, 2001.

BOURDIEU, P. O Campo Científico. In: ORTIZ, Renato (Org.). *Pierre Bourdieu: sociologia*. São Paulo: Ática, 1983. p.122-155.

LOPES, Maria Immacolata Vassalo de. **Pesquisa em Comunicação**. 10 ed. São Paulo: Edições Loyola, 2010.

MARQUES DE MELO, José. **Mídia e cultura popular**: história, taxionomia e metodologia da Folkcomunicação. São Paulo: Paulus, 2008.

NOBRE, Itamar de Moraes; GICO, Vânia de Vasconcelos. A Folkcomunicação no contexto da epistemologia do sul: reflexões iniciais sobre uma descolonização das ideias. **Revista Internacional de Folkcomunicação**, Ponta Grossa, v. 13, n. 29, maio/agosto 2015. p. 31-46.

SANTOS, Boaventura Sousa. **Um discurso sobre as ciências**. 02. ed. São Paulo: Cortez, 2004.

SANTOS, Boaventura de Sousa; MENEZES, Maria Paula. [orgs.]. **Epistemologia do Sul**. São Paulo: Cortez, 2010.

SCHMIDT, Cristina. A Folkcomunicação. In: GADINI, Luiz Sérgio;

WOITOWICZ, Karina Janz (organizadores). **Noções básicas de Folkcomunicação**: uma introdução aos principais termos, conceitos e expressões. Ponta Grossa: Editora UEPG, 2007.

WOITOWICZ, Karina Janz. Grupos marginalizados. In: GADINI, Sérgio Luiz; WOITOWICZ, Karina Janz (Orgs). **Noções básicas de Folkcomunicação**: uma introdução aos principais termos, conceitos e expressões. Ponta Grossa: Editora UEPG, 2007. p. 59-63.

EXPLORANDO OS ESTUDOS SOBRE O CIBERATIVISMO LGBT NO BRASIL: UM MOVIMENTO DE “PESQUISA DA PESQUISA”

John Willian Lopes

Maria do Socorro Furtado Veloso

Apresenta-se neste texto os resultados da pesquisa das produções científicas no Brasil sobre o ciberativismo LGBT. Objetiva-se demonstrar como tais pesquisas abordaram essa temática enquanto objeto de estudo. Desta maneira, delimitou-se o período de 2006 a 2016 (10 anos) como baliza e recortou-se a busca em quarto bases de dados que estão disponíveis na internet. Assim, constata-se que houve uma produção diminuta e recente sobre o ciberativismo LGBT – poucos mais de uma dezena –, publicados a partir de 2010, sendo a maioria artigos científicos; e que, portanto, o tema ainda é pouco investigado dentro do campo da comunicação e dos estudos de práticas ciberativista de modo geral – mesmo se verificando uma proliferação destes estudos.

Introdução

Objetivo deste texto é apresentar e discutir os resultados da pesquisa das pesquisas científicas brasileiras que tomaram como objeto de estudos o ciberativismo pelos direitos LGBT, seja com abordagem direta ao objeto, como elemento central, ou secundária, não tendo esse aspecto como foco, mas mesmo assim abordando-o.

Na discussão sobre a dimensão metodológica nos trabalhos científicos, Jiani Bonin (2008, 2011) propõe pensá-la como aquela que “nor-teia, orienta, encaminha os processos de construção da pesquisa, em todos os seus níveis” (2008, p. 121). Considerando esta assertiva, a autora reflete as práticas dessa dimensão no campo da comunicação enquanto movimentos metodológicos importantes no processo de construção da investigação científica. Assim, apresenta as práticas de “pesquisa teórica”, “pesquisa metodológica”, “pesquisa da pesquisa”, “pesquisa de contextualização” e “pesquisa exploratória”. Estas operações, salienta, devem ser trabalhadas de modo articulado e coincidente (BONIN, 2008).

Embora seja um desses movimentos o foco deste texto – a pesquisa da pesquisa –, apresenta-se resumidamente os demais. Através da pesquisa teórica o pesquisador familiariza-se com as elaborações teóricas constituídas ao longo do tempo no seu campo de investigação e que guardam fecundidade, porém, precisa submetê-las à críticas e reformulações; na metodológica, implica investir no trabalho de reflexão sobre teorias do método para embasar a construção da investigação, pensando esta dimensão como lugar responsável pela fabricação do conhecimento científico válido; a pesquisa exploratória concerne à realização de sucessivas e fortes aproximações empíricas para dar conta dos objetos que se investiga na comunicação, sob variadas angulações possíveis de interesse à pesquisa em construção, utilizando diversos recursos, desde dados secundários até a observação direta de fenômenos; na de contextualização, evita-se reduzir a pesquisa a um exercício abstrato, sem vinculações com a realidade concreta, além de permitir que o pesquisador tenha visão abrangente e particular do

fenômeno, de modo que adote práticas que possibilitem a construção de múltiplos contextos referentes à problemática.

A pesquisa da pesquisa é, na proposição de Bonin (2008, 2011), um dos componentes arquitetônicos fundamentais na elaboração de uma investigação científica. Uma prática na qual o pesquisador permite-se aproximar do que é produzido e, a partir disso, avançar nas reflexões do que se está investigando, ou pretende investigar. Perceber os problemas e conhecimentos vivenciados nas investigações é um dos ganhos, diga-se, da pesquisa da pesquisa, que no campo da comunicação favorece, por exemplo, a “formulação de questionamentos que tragam à luz novas dimensões dos fenômenos comunicacionais” (BONIN, 2011, p. 36).

Trabalhar com as investigações produzidas no campo ou outros próximos a ele, exige, além a ação do mapeamento, o trabalho de desconstrução, reflexão e apropriação do que é oferecido por aquelas. Deste modo, esta operação oferece elementos para elaboração da problemática e autoconstrução do pesquisador, para pensar possibilidades e propostas férteis, visualizar insuficiências e iluminações “para arquitetar métodos e procedimentos constitutivos da investigação em processo” (BONIN, 2008, p. 123).

Considerando estas ponderações, definiu-se o período de 10 anos como baliza, ou seja, de 2006 a 2016, e optou-se por quatro bases de dados disponibilizadas na internet. Além de disporem de quantidade significativa de trabalhos, as bases elencadas também têm grande abrangência em relação ao tempo, bem como são consideradas de referência no meio acadêmico. Neste sentido, as bases escolhidas foram: Banco de Teses e Dissertações da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes)¹, anais dos congressos nacionais e regionais da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom)², anais dos encontros nacionais

1 Pode ser consultado em: <<http://bancodeteses.capes.gov.br/banco-teses/#/>>. Acesso em 03 nov. 2016.

2 Pode ser consultado em: <<http://www.portalintercom.org.br/>>. Acesso em 03 nov. 2016.

da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (Compós)³ e os anais dos encontros nacionais da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Ciências Sociais (Anpocs)⁴.

Antes da efetiva apresentação e interpretação (*quanti-quali*) dos dados colhidos, demonstra-se três estudos de natureza semelhante que procuraram compreender as aproximações e distanciamentos entre os estudos da comunicação e de gênero e sexualidade; depois os procedimentos de pesquisa, desde a escolha das bases e suas funcionalidades e o processo de busca.

Retomando outras investigações

Antes da tessitura de apontamentos a respeito dos frutos da pesquisa da pesquisa realizada, serão apresentadas constatações trazidas por outros estudos de natureza semelhante, temas correlatos, porém enfoques diferentes. Estudos que são, a propósito, achados decorrentes do próprio processo de pesquisa da pesquisa. Antes, reitera-se que não é tão necessário, aqui, reproduzir ou perscrutar toda a processualidade metodológica dessas pesquisas. Serão, portanto, revisitados brevemente apenas aspectos que se toma como “alinhados” ao propósito geral, o da apresentação lacônica desses trabalhos.

O primeiro resgate que se faz concerne ao trabalho realizado por Lazarin e Rodrigues (2014). No texto, os autores apresentam os resultados do levantamento de teses e dissertações produzidas nos programas de pós-graduação em comunicação no Brasil, entre os anos de 1992 e 2008, que abordam o tema LGBT – seja como objeto de estudo ou com referenciais teóricos. Se propuseram, desse modo, apontar as características teóricas e metodológicas das contribuições desse campo para os estudos sobre gênero e sexualidade.

Dos 7.350 trabalhos apresentados nesse período (1992-2008),

3 Pode ser consultado em: <<http://www.compos.org.br/>>. Acesso em 03 nov. 2016.

4 Pode ser consultado em: <<http://www.anpocs.org/>>. Acesso em 03 nov. 2016.

apenas 51 abordaram a temática LGBT. Tomando estes trabalhos (os 51) como *corpus*, os autores os categorizaram quanto à sua abordagem: 34 de forma direta, 17 de maneira tangencial (LAZARIN, RODRIGUES, 2014). O primeiro tipo diz respeito aos que colocaram a temática LGBT (a homoafetividade e ou seus sujeitos) de forma central, explícita, o segundo faz referência – como sugere – aos que abordaram de forma tangencial, ou indireta. Quanto aos meios de comunicação estudados, a televisão e a revista ocuparam lugares de destaque na atenção dos trabalhos. Em relação aos conteúdos midiáticos abordados pelos estudos levantados, maior parte refere-se ao jornalismo (21), seguidos da publicidade e ficção (12 cada). Ao cruzarem os dados sobre o tipo de abordagem e o conteúdo comunicacional, Lazarin e Rodrigues (2014) verificam que os estudos em jornalismo e ficção são os que enfrentaram de forma direta o tema LGBT, enquanto aqueles em publicidade de forma tangencial.

Por fim, constatam que somente a partir de 1997 que os estudos em comunicação no Brasil, no âmbito da pós-graduação, vêm abordando a temática LGBT. Como é possível ver, apenas uma pequena fração tem procurado estabelecer relações produtoras entre os dois campos de pesquisa.

Scherer (2016), que em sua dissertação de mestrado estudou o consumo midiático de mulheres transexuais e travestis e as relações de gênero em uma comunidade online (Mundo T-Girl) no Facebook, dedica algumas páginas para apresentar os resultados de um levantamento referente às pesquisas na área de comunicação, nas quais é possível identificar a presença da problemática de gênero articulada aos estudos da mídia. Para isso, a autora centrou sua busca nas dissertações, teses e artigos publicados no período de 2010 a 2014. Assim como Lazarin e Rodrigues (2014), Scherer (2016) também delimitou a procura ao Banco de Teses e Dissertações da Capes e, para os artigos, aos anais dos congressos da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom).

O levantamento nos anais da Intercom resultou em 115 trabalhos

que abordam relações de gênero. Desse total, porém, apenas 24 versam sobre “sexualidades que não são heterossexuais” (SCHERER, 2016, p. 102). Ou seja, a maioria dos estudos têm como foco as relações de gênero heteronormativas – especialmente nas mulheres. Dentre aqueles (24) que tratam da homossexualidade, na maioria deles a masculina aparece problematizada. Há nesses trabalhos, segundo a autora, a preferência pelo estudo da mensagem – por exemplo, ao analisar o processo de construção da homossexualidade ou da representação da mulher pela mídia.

A busca por teses e dissertações no mesmo período (2010-2014), por meio de termos como “gênero”, “LGBT”, “transgênero”, “transsexual” e “travesti”, resultou em apenas cinco trabalhos na área de comunicação. O panorama desses estudos, constata Scherer (2016), é consoante com aquele formado pelos artigos, ou seja, há uma centralidade no estudo de gêneros com base heteronormativa, além do privilégio ao estudo da mensagem.

Talvez o esforço de pesquisa da pesquisa que relaciona a temática LGBT e estudos de mídia que mais se aproxima daquele que é proposto aqui seja o empreendido por Cruz e Aguiar (2012). Delimitando o período de 2007 a 2011, as autoras buscaram nos anais dos congressos nacionais da Intercom trabalhos que tivessem como foco as relações entre o ciberativismo e as lutas anti-homofobia. A pesquisa fora realizada em duas vertentes: uma sobre ativismo no ambiente digital, a outra sobre gênero e sexualidade, por meio de termos-chave, entre os quais “homofobia”, “homossexualidade”, “*gay*”, “LGBT” etc.

No que se refere ao debate sobre homofobia, apenas 8 artigos abordavam a temática, porém de modo tangencial. Isto é, abordagens incidentais direcionadas à análise das identidades LGBT na mídia e a recepção de personagens homossexuais (*gays*) em telenovelas (CRUZ, AGUIAR, 2012). As autoras apontam, ainda, que no campo do ativismo digital os estudos direcionavam-se, especialmente, para os temas ambientais, zapatismo e a rede Avaaz.org - seguramente pode-se apontar também um número interessante de trabalhos que

tomam como objeto, por exemplo, o WikiLeaks ou mesmo o Anonymous.

De modo geral, na constatação das autoras não foi encontrado nenhum trabalho que cruza os dois objetos buscados, o ciberativismo e a luta contra a homofobia. A partir disso, sugerem uma tendência da academia em reproduzir o interesse por temas de maior visibilidade midiática, de modo que isso indica uma despolitização na grande mídia nacional da luta anti-homofobia (CRUZ, AGUIAR, 2012).

Como pontuado antes, os estudos apresentados (LAZARIN, RODRIGUES, 2014; SCHERER, 2016; CRUZ, AGUIAR, 2012) são achados do próprio processo de pesquisa da pesquisa, cada qual dentro das suas delimitações metodológicas e de intencionalidades. O *revolvere* em direção a trabalhos semelhantes em sua natureza e temática torna-se pertinente ao passo que possibilita um entendimento mais amplo das discussões que emergem da aproximação entre os estudos da comunicação midiática e os estudos de gênero e sexualidade, bem como daquelas que submergem. Dito de outro modo, se é possível verificar alguma recorrência de formas de abordagem de um campo de estudos *sobre e em relação* ao outro, deve-se considerar também que outras são pouco exploradas.

Dos procedimentos da pesquisa da pesquisa

A partir deste ponto, serão apresentados os resultados da pesquisa sobre as produções científicas que tomaram como objeto o ciberativismo LGBT. Como explicitado antes, tomou-se como baliza o período de 2006 a 2016, correspondente a 10 anos, e quatro bases de dados.

A primeira base selecionada e consultada para esta pesquisa foi o Banco de Teses e Dissertações da Capes. Esse banco, que faz parte do Portal de Periódicos da instituição, reúne informações de teses e dissertações defendidas no país desde 1987, que são fornecidas anualmente pelos próprios programas de pós-graduação.

O sistema de busca dos trabalhos disponíveis na base é bastante intuitivo. A partir da inserção do termo que se deseja (que pode ser simples ou composto) na barra de busca, surgem outros filtros pelos quais se pode navegar: autor, orientador, banca, área de concentração, nome do programa, instituição e a biblioteca de depósito. Em seguida, os trabalhos encontrados são organizados em lista e em formato de referência bibliográfica. Para os textos defendidos a partir de 2013, há um *link* com mais detalhes, como resumo (e *abstract*), palavras-chave (e *keywords*) e o texto completo disponível para *download*.

É preciso esclarecer que essa base é primordialmente referencial, isto é, dispõe apenas as referências para os usuários, que se encarregam de localizar o trabalho completo. Apenas a partir de 2013 que os documentos são inseridos integralmente, uma vez que também são inseridos na Plataforma Sucupira⁵.

Também delimitou-se a busca aos anais dos congressos realizados pela Intercom, tanto os regionais quanto os nacionais. A instituição realiza desde 1977 o Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, um dos maiores e mais importantes da área no país. Sem fins lucrativos, a Intercom se destina ao fomento e troca de conhecimento entre pesquisadores e profissionais do mercado, bem como procura estimular o desenvolvimento da produção científica nos níveis da pós-graduação e graduação, tratando de maneira interdisciplinar o compartilhamento dessa produção.

Além dos anais dos eventos, a Intercom disponibiliza em seu site o caminho para o Portal de Acesso Livre à Produção em Ciências da Comunicação (Portcom)⁶, criado em 1981 como repositório institucional com acesso gratuito de informações sobre a produção científica e as memórias da instituição. O sistema oferece a busca por termos-chave, de forma simplificada e avançada – quando se com-

5 Pode ser consultado em: <<https://sucupira.capes.gov.br/sucupira/>>. Acesso em 03 nov. 2016.

6 Pode ser consultado em: <<http://www.portcom.intercom.org.br/>>. Acesso em 03 nov. 2016.

bina mais de um termo e em campos diferentes. Ao encontrar um trabalho que corresponda à busca, aparecem inicialmente o título, autor, evento, Divisão Temática (DT), Grupo de Pesquisa (GP) e categoria, depois o resumo, palavras-chave e o *link* para *download* do trabalho na íntegra.

Apesar das vantagens do Portcom, não se restringiu à sua utilização, pelo fato de que, até a data de acesso ao portal, não havia disponíveis os trabalhos publicados nas edições de 2015 e 2016. Nesse sentido, percorreu-se as páginas destas edições individualmente – que apresentam sistema de busca semelhante ao encontrado na Compós, como se verá.

Outra base consultada foi a da Compós. Fundada em 1991, a instituição tem como associados os programas de pós-graduação em comunicação do Brasil, tanto de instituições públicas quanto privadas. O seu principal objetivo é o fortalecimento e a qualificação desses programas. O primeiro encontro anual da Compós ocorreu em 1992, no Rio de Janeiro, e desde então vem sendo realizado ininterruptamente – em 2016 ocorreu a 25^a edição. Apesar disso, no site estão disponíveis apenas os anais dos encontros a partir do ano 2000.

A base da Compós também oferece um sistema de busca dos trabalhos publicados. Ao acessar o site, o usuário primeiro precisa escolher a edição que deseja, em seguida aparecem as formas de busca: índice de autores, listados em ordem alfabética – ao clicar, abre-se o trabalho ao qual o autor está vinculado; trabalhos por GT – abre-se uma página com todos os grupos de trabalhos, clicando em algum deles aparecem os respectivos trabalhos, identificados pelos títulos e autorias; e barra de busca, na qual o usuário pode adicionar o termo desejado – a busca é realizada nos títulos e autores. Quando há retorno, aparecem as informações de título, autoria e GT, além do grifo no termo consultado e *link* para acessar o documento.

Por fim, a opção pelos anais dos encontros da Anpocs. A associação, que reúne centros de pós-graduação e de pesquisa de todo o país nas áreas de antropologia, ciência política, relações internacionais

e sociologia, procura promover o ensino, a pesquisa e a divulgação científica nessas áreas, articulando a produção acadêmica à agenda debatida no Brasil e no exterior. Os encontros anuais da associação acontecem desde 1977, com 40 edições realizadas até 2016.

Optou-se por essa base justamente pela proximidade com o campo da comunicação, especialmente de dois Grupos de Trabalhos (GT) – em edições anteriores à de 2016 eram nomeados de Seminários Temáticos (ST): o “Ciberpolítica, ciberativismo e cibercultura” e “Mídia, política e eleições”. Diferentemente das outras bases, a Anpocs não disponibiliza – até então – um sistema otimizado de busca dos trabalhos publicados. Para consultá-los, o interessado deve acessar cada edição do evento, escolher o GT e o documento, identificado pelo título e autoria do trabalho.

Dos resultados da pesquisa da pesquisa

Partindo dessas quatro bases, realizou-se a busca utilizando as palavras-chave “ciberativismo”, “ativismo em rede” e “ativismo digital”, cruzando-as com “movimento LGBT”, “LGBT”, “gênero” e “homossexualidade”. A adoção dessas palavras ocorreu na intenção de abranger a diversidade dos termos frequentemente utilizados. Em seguida, realizou-se a seleção dos trabalhos por meio da leitura dos títulos, resumos e palavras-chave.

Apresentadas as bases de dados e os procedimentos utilizados, passa-se agora para os resultados da pesquisa. Considerando estes últimos preceitos e o espaço de tempo definido, de 2006 a 2016, foram documentados 11 trabalhos. Destes, três do Banco de Teses e Dissertações da Capes, sete dos anais dos congressos da Intercom, e um dos anais dos encontros da Anpocs – não foi encontrado trabalho nos anais da Compós. Sobre o tipo das produções, a maioria é de artigos científicos, oito ao todo, duas dissertações de mestrado e uma tese de doutorado.

No quadro a seguir, são listados todos os trabalhos encontrados com

indicação de autoria, tipo e ano de publicação.

Quadro 1 – Trabalhos sobre o Ciberativismo LGBT

Título	Autoria	Tipo e ano de publicação
Ação “pela” e “na” internet: impactos dos usos das Novas Tecnologias de Comunicação e Informação nas ações políticas do movimento LGBT brasileiro.	NAZARÉ, Marcela Peregrino Bastos de.	Dissertação (Mestrado) - 2013
Ativismo anti-homofobia: embates político-midiáticos da Rede LGBT na Internet.	CRUZ, Carole Ferreira da.	Dissertação (Mestrado) - 2014
“Muito prazer, eu existo!” Visibilidade e reconhecimento no ativismo de pessoas trans no Brasil.	CARVALHO, Mario Felipe de Lima.	Tese (Doutorado) - 2015
Comunicação e as novas tecnologias no contexto de atuação política dos movimentos sociais contemporâneos: um estudo do portal ILGA.ORG.	SARDINHA, Antonio Carlos; KERBAUY, Maria Teresa Miceli.	Artigo científico - 2010
Os desejos e anseios da blogosfera LGBT brasileira em posts.	MARTINS, Jessé; MALINI, Fábio.	Artigo científico - 2010
Ciberativismo anti-homofobia: invisibilidade, fragilidade do campo e nova agenda de pesquisa.	CRUZ, Carole Ferreira da; AGUIAR, Sonia.	Artigo científico - 2012

A sexualidade como campo de batalha na internet: grupos religiosos e movimentos feminista e LGBT na luta em torno dos direitos sexuais.	RAMOS, Jair de Souza.	Artigo científico - 2013
A rede sai do armário: o ciberativismo do arco-íris.	COTTA, Diego de Souza.	Artigo científico - 2014
Movimentos sociais em rede: um estudo sobre a campanha #VoteLGBT.	LOPES, John Willian; VELOSO, Maria do Socorro Furtado.	Artigo científico - 2016
Redes sociais como ferramentas de apoio a movimentos civis: Uma análise qualitativa no movimento LGBT caruaruense.	HASCEMBERG, Ayrton; ENDO, Patricia Takako; CAMELO, Marjony Barros.	Artigo científico - 2016
O ciberativismo LGBT: uma análise do Canal das Bee na articulação e promoção do diálogo entre jovens.	WOLLINGER, Leonardo Bertoldo Werner; OLIVEIRA FILHA, Elza Aparecida de.	Artigo científico - 2016

Fonte: Elaboração nossa.

Com relação à área de concentração desses trabalhos, três não estão na de comunicação, sendo um da saúde coletiva e dois de ciências sociais. Sobre o período de publicação, constata-se que os trabalhos surgem apenas a partir de 2010, com duas produções. Nos anos seguintes foram: em 2012, uma; 2013, duas; 2014, duas; 2015, uma; e 2016, três – não há produções em 2011. Mais da metade desses trabalhos são originados de pesquisas desenvolvidas na região Sudeste do país (seis), seguida da Nordeste (quatro) e Sul (um).

Outro ponto verificado nesta pesquisa foi o emprego das palavras-chaves pelos autores dos trabalhos. Aquelas que apareceram com mais recorrência foram: “Ciberativismo” (quatro), “Internet” (quatro), “LGBT” (quatro), “Movimentos sociais” (três), “Movimento LGBT” (duas), “Redes sociais” (duas) e “Repertórios de ação” (duas). A disposição desses termos permite alguma compreensão da abrangência dos assuntos tratados nas pesquisas, bem como dos principais conceitos abordados nelas.

Apurou-se, também, quais foram os referenciais teóricos utilizados. Por efeito da grande quantidade de fontes, ordenou-se as mais citadas. O número de citações corresponde às vezes em que aquelas foram mencionadas no tópico das “referências bibliográficas” dos trabalhos. Nota-se que as menções aos referenciais foram contadas individualmente, embora alguns dividam a autoria de determinadas obras. No próximo quadro são elencados os autores que têm mais citações – a partir de três.

Quadro 2 – Autores mais citados nos trabalhos

Autores	Nº de citações
FACCHINI, Regina.	15
CARRARA, Sérgio; CASTELLS, Manuel.	12
FOUCAULT, Michel; MAIA, Rousiley Celi M.	11
HONNETH, Axel.	8
AGUIAR, Sonia; RAMOS, Silvia; SIMÕES, Assis Júlio.	7
GOHN, Maria da Glória.	6
LÉVY, Pierre; RECUERO, Raquel.	5
BENTO, Berenice; CARVALHO, Mario Felipe de L.; LACERDA, Paula; VIANNA, Adriana R. B.	4

ANTOUN, Henrique; BAUMAN, Zygmunt; BECKER, Howard. S. BOLAÑO, César Ricardo S.; BOURDIEU, Pierre; BUTLER, Judith. FREITAS, Ernani C.; FRASER, Nancy; GOFFMAN, Ervin; GOMES, Wilson. HABERMAS, Jürgen; LEMOS, André; MACRAE, Edward. MALINI, Fábio; MARQUES, Angela Cristina S.; MONTARDO, Sandra P. MURTA, Daniela; PEREIRA, Marcos Abílio G.; SANTOS, Gustavo Gomes da C.; SCHERER-WARREN, Ilse; SLATER, Don; TILLY, Charles; VIZER, Eduardo.	3
--	---

Fonte: Elaboração nossa.

Dividindo esse quadro por campo de estudo, verifica-se que os autores mais citados na da comunicação foram Manuel Castells, Rousiley Maia, Sonia Aguiar, Pierre Lévy e Raquel Recuero, que abordam em seus trabalhos a temática das mobilizações *na* e *em* rede – além de Henrique Antoun, André Lemos, Fábio Malini, Marcos A. G. Pereira. Entre os que investigam os movimentos por direitos LGBT, destacam-se Regina Facchini, Sérgio Carrara, Sílvia Ramos, Assis J. Simões. Além destes, outros autores recorrentes nas investigações foram Axel Honneth (sobre o reconhecimento), Michel Foucault (sobre relações de poder e sexualidade) e Maria da Glória Gohn (sobre os movimentos sociais).

A partir da leitura dos resumos, procurou-se identificar e sistematizar os objetos de estudo e os processos metodológicos dos trabalhos. Acrescenta-se, todavia, que alguns resumos não apresentaram ambos os elementos – ou o fizeram de modo sinuoso –, necessitando a verificação imediata no corpo do trabalho⁷.

Assim, cotejando as produções, no que tange aos objetos de estudo, optou-se por organizá-las em áreas temáticas, como recurso para compreensão e interpretação dos dados. Não se configuram, por isso, em unidades indivisíveis ou que não permitem o trânsito entre uma e outra – ou mesmo o atravessamento. Neste sentido, propõe-se: estu-

⁷ A consulta ao corpo foi obrigatória no texto de Ramos (2013), uma vez que não consta um resumo, como os demais.

do da mensagem ciberativista, da sua organização, formatação e conteúdo; estudo das relações e interações entre atores, sejam coletivos e/ou individuais, divergentes e/ou consoantes; estudo das relações entre as ações ativistas *on* e *offline*; estudo das dinâmicas organizacionais internas a partir da adoção central das redes de comunicação digital; o estudo destas enquanto ferramentas de mobilização, expansão e consolidação de práticas ciberativistas; estudo teórico sobre o ciberativismo LGBT.

Alguns trabalhos trataram de forma secundária a leitura dos objetos enquanto práticas ciberativistas, ou seja, não os focalizando integral e exclusivamente dentro dessa abordagem, mesmo assim reconhecendo-a, ao passo que não trabalharam, também, uma discussão conceitual do que poderia se compreender por ciberativismo – cingindo o debate *lato* sobre mobilizações políticas no contexto da sociedade em rede.

Entre os que abordaram de modo direto, como elemento central, identifica-se que nem todos, porém, procuraram igualmente conceituar – ou mesmo aclarar – o conceito de ciberativismo. Apenas mencionando-o ou utilizando-o como sinônimo para expressão de atuações em redes digitais. São poucos os trabalhos que tomaram o ciberativismo LGBT como objeto e refletiram a fundo sobre as implicações teóricas ou mesmo metodológicas do seu emprego.

Quanto aos processos metodológicos mais observados, de modo geral, foram: abordagem qualitativa; estudo de caso; pesquisa bibliográfica, exploratória, descritiva; pesquisa de campo; observação; realização de entrevistas semiestruturadas; levantamento bibliográfico, etnografia e etnografia virtual; análise descritiva e análise de conteúdo.

Considerações finais

As ponderações apresentadas até aqui pretenderam identificar e refletir o panorama investigativo nacional no que concerne às

pesquisas acadêmico-científicas que tiveram o tema do ciberativismo LGBT enquanto objeto de estudo. Em vista disso, realizou-se dois movimentos: a pesquisa da pesquisa, com a consulta direta às bases de dados escolhidas; e a pesquisa de pesquisas que realizaram o levantamento de outros estudos.

Este segundo movimento permitiu uma compreensão mais ampla das aproximações e distanciamentos entre os dois campos de investigação, o da comunicação e dos estudos de gênero e sexualidade, justamente porque buscou-se subsídios em estudos anteriores que tiveram como escopo averiguar essas relações – também revisitando as produções científicas.

Entre o início da década de 1990 e final dos anos 2000, um número diminuto de pesquisas na área da comunicação abordaram a temática LGBT. A partir do ano de 2010, há prevalência de estudos no campo da comunicação que abordaram relações de gênero com foco nas heteronormativas. Os poucos que trataram da homossexualidade focaram na problematização da masculina. Primam análises sobre a construção de representações e de identidades, tendo como objeto as mensagens midiáticas, e sobre a recepção de personagens homossexuais na ficção, principalmente.

Partindo dessas considerações e retomando alguns resultados da pesquisa empreendida, verifica-se que a produção sobre o ciberativismo LGBT ainda é assaz discreta. Foram encontrados somente 11 trabalhos, tomando como referência quatro bases de importância para o campo e ampliando o tempo de busca em 10 anos (2006 a 2016). Além de recentes (a partir de 2010), boa parte desses poucos trabalhos parecem se encontrar em um âmbito de familiarização e experimentação do conceito, suas tipologias e empregos.

Como verificou-se, a maioria das produções são artigos científicos. Não há teses no campo da comunicação – nesse período – que investigam a temática debatida aqui, e a única encontrada é da saúde coletiva – que não colocou tal temática como central. Há apenas uma dissertação de mestrado em comunicação, a outra é das ciências so-

ciais. Espera-se com estes apontamentos, portanto, contribuir para o esclarecimento deste campo de investigação, mostrando o que foi produzido, possibilidades futuras e insuficiências, seja na dimensão teórica ou metodológica.

Um tensionamento pertinente a se fazer, por fim, é sobre as questões que recobrem essa pouca quantidade de pesquisas sobre o ciberativismo LGBT. Essa reflexão interessa na medida em que se verifica uma proliferação de estudos nos últimos anos sobre práticas ciberativistas de modo geral, que parecem não repercutir em investigações sobre aquelas direcionadas para os direitos LGBT. Outros supuseram, como já relatado, que há certa tendência do meio acadêmico por temas de maior visibilidade. É evidente que a discussão deste ponto é bastante complexa e, por isso, serve como ponto de partida para incursões futuras. Por fim, um apontamento sobre este trabalho – e serve de observação para outras propostas – é que ele não contemplou as produções publicadas em periódicos científicos da área (Comunicação e Informação) ou de correlatas. Embora a incorporação desses periódicos – considerando o mesmo período de tempo – possam eventualmente alterar os resultados apresentados aqui, adota-se a hipótese de que a tendência geral de uma produção recente e tema pouco investigado se manteria.

Referências

BONIN, Jiani Adriana. Revisitando os bastidores da pesquisa: práticas metodológicas na construção de um projeto de investigação. In: MALDONADO, Alberto Efendy. et al. **Metodologias de pesquisa em comunicação: olhares, trilhas e processos**. 2º ed. Porto Alegre: Sulina, 2011. p. 19-42.

_____. Explorações sobre práticas metodológicas na pesquisa em comunicação. **Revista FAMECOS**, Porto Alegre, n. 37, p. 121-127, dez. 2008. Disponível em: <<https://goo.gl/7HHxty>>. Acesso em 28 out. 2016.

CARVALHO, Mario Felipe de Lima. “**Muito prazer, eu existo!**”

Visibilidade e reconhecimento no ativismo de pessoas trans no Brasil. 2015. 261 f. Tese (Doutorado em Saúde Coletiva) – Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Disponível em: <<https://goo.gl/WIMkdu>>. Acesso em: 28 out. 2016.

COTTA, Diego de Souza. **A rede sai do armário:** o ciberativismo do arco-íris. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO SUDESTE, 19, 2014, Vila Velha. Anais. Disponível em: <<https://goo.gl/jYkCPH>>. Acesso em: 28 out. 2016.

CRUZ, Carole Ferreira da. **Ativismo anti-homofobia:** embates político-midiáticos da Rede LGBT na Internet. 2014. 180 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade Federal de Sergipe. Disponível em: <<https://goo.gl/Ht1zGz>>. Acesso em: 28 out. 2016.

_____; AGUIAR, Sonia. **Ciberativismo anti-homofobia:** invisibilidade, fragilidade do campo e nova agenda de pesquisa. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 35, 2012, Fortaleza. Anais. Disponível em: <<https://goo.gl/sGnaDH>>. Acesso em: 28 out. 2016.

HASCEMBERG, Ayrton; ENDO, Patricia Takako; CAMELO, Marjony Barros. **Redes sociais como ferramentas de apoio a movimentos civis:** uma análise qualitativa no movimento LGBT caruaruense. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO NORDESTE, 18, 2016, Caruaru. Anais. Disponível em: <<https://goo.gl/L9mQNH>>. Acesso em: 28 out. 2016.

LAZARIN, Lucas Roecker; RODRIGUES, André Iribure. **Um panorama da produção de teses e dissertações em Comunicação no Brasil que abordam a temática LGBT.** In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 37, 2014, Foz do Iguaçu. Anais. Disponível em: <<https://goo.gl/XnSQqf>>. Acesso em: 28 out. 2016.

LOPES, John Willian; VELOSO, Maria do Socorro Furtado. **Movimentos sociais em rede:** um estudo sobre a campanha #VoteLGBT. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 39, 2016, São Paulo. Anais. Disponível em: <<https://goo.gl/lo1L98>>. Acesso em: 28 out. 2016.

MARTINS, Jessé; MALINI, Fábio. **Os desejos e anseios da blogosfera LGBT brasileira em posts**. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO SUDESTE, 15, 2010, Vitória. Anais. Disponível em: <<https://goo.gl/dBRkQG>>. Acesso em: 28 out. 2016.

NAZARÉ, Marcela Peregrino Bastos de. **Ação “pela” e “na” internet: impactos dos usos das Novas Tecnologias de Comunicação e Informação nas ações políticas do movimento LGBT brasileiro**. 2013. 102 f. Dissertação (Mestrado em Ciências Sociais) – Universidade Estadual de Maringá. Disponível em: <<https://goo.gl/mIKYL5>>. Acesso em: 28 out. 2016.

RAMOS, Jair de Souza. **A sexualidade como campo de batalha na internet: grupos religiosos e movimentos feminista e LGBT na luta em torno dos direitos sexuais**. In: ENCONTRO ANUAL DA ANPOCS, 37, 2013, Águas de Lindóia. Anais. Disponível em: <<https://goo.gl/qdLrr5>>. Acesso em: 28 out. 2016.

SARDINHA, Antonio Carlos; KERBAUY, Maria Teresa Miceli. **Comunicação e as novas tecnologias no contexto de atuação política dos movimentos sociais contemporâneos: um estudo do portal ILGA.ORG**. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 33, 2010, Caxias do Sul. Anais. Disponível em: <<https://goo.gl/NCbstg>>. Acesso em: 28 out. 2016.

SCHERER, Fernanda. **Consumo midiático em comunidade online: um estudo sobre o Mundo T-Girl**. 2016. 202 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade Federal de Santa Maria. Disponível em: <<https://goo.gl/ZjVKGi>>. Acesso em: 28 out. 2016.

WOLLINGER, Leonardo Bertoldo Werner; OLIVEIRA FILHA, Elza Aparecida de. **O ciberativismo LGBT: uma análise do Canal das Bee na articulação e promoção do diálogo entre jovens**. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO SUL, 17, 2016, Curitiba. Anais. Disponível em: <<https://goo.gl/GGqrLR>>. Acesso em: 28 out. 2016.

A PERSPECTIVA DA PARTICIPAÇÃO EM UMA AÇÃO DE CROWDFUNDING: UM ESTUDO DE CASO DA HAMBURGUERIA ZEBELÉO

Kalianny Bezerra de Medeiros

Mariana Lemos de Moraes Bezerra

Taianne de Lima Gomes

Valquíria Aparecida Passos Kneipp

Este artigo reflete sobre a construção de diálogos originados a partir das interações sociais em rede e como o papel do público tem se transformado diante das mídias propagáveis. Assim, propomos realizar um estudo de caso sobre a repercussão da campanha de crowdfunding: Zebeléo. A pesquisa pauta-se nos estudos culturais (THOMPSON, 1981; MARTINO, 2009; ESCOSTEGUY, 2010), na cultura da convergência e na cultura participativa (JENKINS, 2009; JENKINS; FORD; GREEN, 2014; SHIRKY, 2014) para compreender o desenvolvimento dos processos de financiamento coletivo e entender como o público constrói novas simbologias ao interagir com campanhas desse cunho. Como conclusão, percebe-se que as interações foram estimuladas e realimentadas pelos conteúdos que circulavam sobre o Zebeléo.

Introdução

A Cultura da Convergência (JENKINS, 2009) simboliza um período de transformação tecnológica, mas sobretudo cultural. Martino (2009) afirma que a corrente teórica dos Estudos Culturais foi criada pela necessidade urgente de entender a mudança social em um tempo em que os padrões existentes de conhecimento, estavam passando por uma modificação, quando os propulsores das transformações estavam saindo da esfera econômica e política para a cultural.

No mundo globalizado e de cultura participativa (JENKINS, 2009) é fundamental também compreender e problematizar a teoria. Isto é, saber a função da cultura na mudança social constante em um mundo globalizado. Diante desse contexto, esta pesquisa objetiva entender como o ambiente digital a partir de uma perspectiva que combina aspectos teóricos dos Estudos Culturais, da cultura da convergência e da conexão tem possibilitado a abertura de novos diálogos e reconfigurado o papel do público diante das mídias propagáveis. Para tanto, o trabalho se apoia no estudo de caso do financiamento coletivo da hamburgueria Zebeléo¹, campanha lançada no final de agosto de 2016, no site Kickante².

Dessa maneira, inicialmente será explicitado o que são os Estudos Culturais, como surgiu e como essa corrente teórica compreende o receptor. Para esse, o processo de recepção da mensagem é bastante complexo, já que existe uma série de fatores que interferem no recebimento dos conteúdos. Diante desse cenário de influência relativa dos meios de comunicação de massa e de capacidade de atuação dos sujeitos receptores, os Estudos Culturais desejam compreender de que maneira ocorre o consumo de conteúdos midiáticos na contem-

1 Zebeléo consiste num projeto de criação de uma Hamburgueria criado por Bel Pesce, Leonardo Young e Zé Soares. Para isso, foi lançado um crowdfunding, em agosto de 2016, para arrecadar dinheiro e tirar o projeto do papel. A proposta para o financiamento coletivo foi retirada do ar pouco tempo depois. Até esta data, 04 de abril de 2017, a Hamburgueria não foi aberta.

2 <http://www.kickante.com.br>. Acesso em 14/09/2016.

poraneidade, face às relações de identidade, de lugar, etnia, classe, gênero, poder e cultura (ROSSI; MARRERO; PALUAN, 2013).

Em seguida, será apontado a partir da visão de Jenkins, Ford e Green (2014) os conceitos de comunidade participativa, *crowdfunding* (JENKINS, 2009), mídia viral, propagabilidade e como os indivíduos estabelecem um papel ativo na audiência, em que eles deixam de serem passivos, para se tornarem propagadores, modificando assim a forma de se analisar os sujeitos sobre os distintos ângulos no contexto da cultura participativa.

Na última parte deste trabalho faremos o estudo de caso do financiamento coletivo Zebeléo, que buscava arrecadar R\$ 200 mil para dar início a concepção da hamburgueria. Nesta etapa apresentamos como foi iniciada a campanha, como os internautas reagiram a ela e de que maneira os sócios do negócio responderam aos inúmeros comentários e compartilhamentos negativos sobre o projeto.

Estudos Culturais

A noção de cultura está ligada ao comportamento humano. Nesse sentido, toda prática cultural, tanto popular quanto erudita, produz significados para os indivíduos. Não existe uma cultura melhor ou pior que outra, pois ela é relativa. Sua lógica está vinculada a uma comunidade específica em um determinado tempo e espaço. A cultura está inserida em práticas diárias, já que os sujeitos são mediados por significados em contextos distintos. Isso também acontece no decorrer do processo de recepção das mensagens comunicadas, visto que há uma série de variáveis que influenciam a interpretação dos conteúdos recebidos (ROSSI, *et al.*, 2013).

Edward P. Thompson (1981) compreende homens e mulheres como sujeitos não autônomos, indivíduos que experimentam suas situações e relações produtivas determinadas como necessidades, interesses e antagonismos, tratando, em seguida, essa experiência em sua consciência e sua cultura, agindo sobre uma situação determinada.

Dessa maneira, o autor introduz a categoria experiência e articula com a cultura.

É importante destacar que ambas compõem uma união entre estrutura e processo, entre as determinações objetivas do ser social, a possibilidade do agir e da intervenção humana. Ao compreender a cultura como elemento não passivo de análise histórico-social, Thompson (1981) reconhece que a experiência vivida, além da pensada é também sentida pelos sujeitos. Ou seja, os indivíduos não vivenciam seu cotidiano apenas como simples ideais - no âmbito do pensamento e de seus procedimentos -, eles também o experimentam como sentimento, esse inserido na cultura, nas normas, nas obrigações familiares, nos valores, na arte ou nas convicções religiosas.

Thompson está inserido na corrente teórica dos Estudos Culturais, que surgiu através de um grupo de pesquisadores reunidos no *Centre for Contemporary Cultural Studies* (CCCS), da Universidade de Birmingham. Além do autor, os principais nomes associados a esse grupo são Raymond Williams e Richard Hoggarts. Mais tarde, junta-se a eles Stuart Hall.

Os Estudos Culturais aproveitaram ideias de Marx, lido através do viés cultural de Gramsci, Althusser e Lukács, temperadas com pitadas de Estruturalismo Francês, principalmente a crítica de Roland Barthes e acrescentando pensadores modernos como Foucault, Derrida, além da semiótica Saussure e Pierce (MARTINO, 2009). O grupo elegeu como objeto temas negligenciados pelas práticas acadêmicas de sua época, da cultura popular à cultura de massa.

A sua genealogia passa por três livros: *The Uses of Literacy* (1957), em que Richard Hoggart entendeu como as pessoas utilizavam a mídia no cotidiano, partindo do princípio que a capacidade de leitura é a capacidade das pessoas relacionar o que veem e leem com sua vida diária. *Culture and Society* (1958), de Raymond Williams, conclui que comunicação não é somente transmissão, mas também recepção e resposta. Assim, afirma que a pesquisa em comunicação procura compreender os usos da mensagem na vida cotidiana dos indivíduos

vinculados a comunidade. E por fim, em *The making of The English Working Class* (1963), Edward P. Thompson propõe que a classe trabalhadora se define pela atividade, mas também por suas práticas culturais, atribuindo identidade ao grupo (MARTINO, 2009).

Mesmo apresentando perspectivas diferentes, essas três obras fundadoras dos Estudos Culturais têm em comum as aproximações entre cultura, história e sociedade.

[...] através da análise da cultura de uma sociedade – as formas textuais e as práticas documentadas de uma cultura – é possível reconstituir o comportamento padronizado e as constelações de ideias compartilhadas pelos homens e mulheres que produzem e consomem os textos e as práticas culturais daquela sociedade. É uma perspectiva que enfatiza a atividade humana, a produção ativa da cultura, ao invés de seu consumo passivo (STOREY, 1997, p.46).

Inserido nessa perspectiva, a cultura é uma fonte de significações presente na atividade cotidiana dos indivíduos. Essa expansão do conceito de cultura vê toda a produção de sentido presente no cotidiano como recepção ativa dos conteúdos massivos que as pessoas são expostas. Além disso, os Estudos Culturais interrogam as hierarquias constituídas entre formas e práticas culturais, como “alta cultura” e a “cultura popular”. Para essa corrente teórica, toda cultura é formada por complexidades simbólicas que não podem ser comparadas entre si. Cada cultura possui uma lógica e valores que devem ser respeitados (MARTINO, 2009).

Segundo Escosteguy (2010), não existe uma posição teórica unificada, mas também não é composto um conjunto tão díspar que não apresente uma unidade. Dessa maneira, a autora afirma que os Estudos Culturais apresentam uma abordagem particular de reflexões. Não apenas relacionado a sua fundamentação teórica, já que elas se encontram em uma área em que há a convergência de disciplinas distintas que procuram compreender as características da sociedade moderna.

Os Estudos Culturais surgiram para preencher um espaço existente nas análises da cultura contemporânea e, por ter uma ausência de delimitações, possui uma ampla quantidade de objetos de investigação. De acordo com Escosteguy (2010), de forma geral e abrangente, o terreno de investigação dessa corrente teórica circunscreve-se aos temas vinculados às culturas populares e aos meios de comunicação de massa e, depois, à temáticas atreladas com as identidades sejam elas sexuais, étnicas ou geracionais.

Por volta de 1975, quando a comunicação de massa deixou de ser vista apenas como uma forma de entretenimento e passou a ser vista como aparelho ideológico do Estado, foram iniciados os estudos de estrutura ideológica. Nessa mesma década, grande parte dos teóricos da CCCS voltaram-se à recepção e à densidade dos consumos midiáticos. Entre eles Stuart Hall, que publicou o texto *Encoding and decoding in the television discourse*. Já nos anos 1980, o foco das pesquisas do grupo passou a ser audiência, com a finalidade de averiguar, de modo empírico, a variada leitura ideológica construída e a posição assumida pelos receptores das mensagens massivas (MARTINO, 2009).

O processo de recepção de conteúdos midiáticos, para os Estudos Culturais, portanto, é complexo e com uma variedade de mediações que envolvem vários aspectos da sociedade (MARTINO, 2009). Dessa maneira, em um mundo globalizado e de transformações comunicacionais a cultura tem um papel fundamental para mudança social e principalmente para cultura participativa (JENKINS, 2009).

Comunidades na era da “participação significativa”

Para pensar a questão da participação na internet, primeiramente, deve-se refletir sobre a noção de comunidade, dentro e fora do ambiente online. As comunidades “foram estabelecidas como uma condição *sine qua non* para nossa sociabilidade” (SILVERSTONE, 2014, p. 195).

A visão de comunidade:

É que seus membros veem, ou acreditam ver, um sentido similar das coisas, de modo geral ou com respeito a interesses específicos e significantes [...]. A realidade da comunidade na experiência das pessoas é, portanto, inerente ao vínculo ou compromisso que elas têm com um corpo comum de símbolos (COHEN, 1985, p. 16 *apud* SILVERSTONE, 2014, p. 186).

Cohen (1985 *apud* SILVERSTONE, 2014) acredita que o diferencial da comunidade é a sua própria diversidade e que o desafio está em conter a variedade de comportamentos e ideias de modo que as diferenças existentes não comprometam a coesão do grupo.

Shirky (2011) lembra que há um “componente emocional” que mantém os grupos unidos. “Um grupo que corre atrás de um propósito comum precisa ser efetivo (senão, por que se unir?), mas também precisa ser satisfatório para seus integrantes (senão, por que eles ficariam?)” (SHIRKY, 2011, p.146).

No cenário contemporâneo, Canclini (2013) afirma que os semelhantes se aproximam em comunidades também no ambiente online em busca dessa identificação. A Web 2.0 possibilita a criação de “grupos de iguais através da sociabilidade na rede” (CANCLINI, 2013, p. 53).

A questão da proximidade na internet pode ser vista como facilitadora para a existência de inúmeras comunidades nas redes digitais. Ainda segundo o autor “a interatividade da internet desterritorializa” (CANCLINI, 2013, p.52). No entanto, ele também lembra que “conectividade não é sinônimo de interatividade” (CANCLINI, 2013, p.52).

Jenkins, Green e Ford (2014) concordam que a “participação significativa” na Web 2.0 pode estar relacionada à mera observação. Nessa perspectiva, um observador pode proporcionar valor aos indivíduos que compartilham textos ou produzem conteúdos diversos, fomentando a audiência e potencialmente motivando o trabalho desenvol-

vido por elas. Martín-Barbero (2013) levanta a mesma bandeira. O autor acredita que o papel do receptor mudou. “O receptor, portanto, não é um simples decodificador daquilo que o emissor depositou na mensagem, mas também um produtor” (MARTÍN-BARBERO, 2013, p. 289). Nesse aspecto, o receptor no meio online se aproxima do observador, uma vez que apoia tarefas realizadas por outros usuários na internet.

O livro *Cultura da Conexão* (2014) traz alguns levantamentos, como o de Van Dijk e Nieborg (2009) que afirmam que os colaboradores mais ativos representam uma porcentagem ínfima nas diversas plataformas online; e o de Bradley Horowitz (2006), que representou a participação do público por meio de uma pirâmide, sugerindo que 90% dos usuários participavam de comunidades sem contribuir, sem produzir conteúdo de forma ativa (JENKINS; FORD; GREEN, 2014). Os autores acreditam que a participação é como uma engrenagem, na qual cada participante tem uma função, desempenhando tarefas que apoiam outras atividades. De acordo com eles, trata-se de um modelo com níveis crescentes de engajamento. Por exemplo, o observador, à medida que acompanha as atividades na comunidade, pode se motivar a progredir, primeiro apoiando a participação do outro, para, então, tornar-se um colaborador ativo (JENKINS; FORD; GREEN, 2014).

Corroborando com essa engrenagem, Jenkins, Green e Ford (2014) citam o modelo de “participação periférica legítima”, em que “os novatos se integrarão muito mais rapidamente se forem capazes de observar e aprender com os participantes mais habilitados” (LAVE; WENGER, 1991, p. 29 *apud* JENKINS; GREEN; FORD, 2014, p. 200). Os autores avaliam a zona periférica como uma posição empoderadora, em direção a uma participação mais ativa e intensa. A participação na Wikipédia é prova disso, geralmente, acontece de forma gradual.

[...] através de atividades periféricas, os novatos se familiarizam com as tarefas, com o vocabulário e com os princípios de orga-

nização da comunidade. Gradualmente, à medida que os principiantes se tornam veteranos, sua participação assume formas que são cada vez mais importantes para o funcionamento da comunidade (BRYANT; FORTE; BRUCKMAN, 2005, p. 2 apud JENKINS; GREEN; FORD, 2014, p. 201).

Em contraposição, a mídia de massa não parece favorecer uma participação mais ativa, os telespectadores tendem a permanecer como observadores passivos. Jenkins (2009, p.38) acredita que “a mídia centralizada dinossáurica, de um-para-muitos, que rugia e esmagava tudo em que pisava durante o século 20 está muito pouco adaptada ao ambiente tecnológico pós-moderno”. Shirky (2011) faz a mesma crítica à televisão, “mesmo os usos mais banais de nossa capacidade criativa (publicar vídeos de gatinhos com novelas de lã no *YouTube* ou escrever verborragias num blog) são mais criativos e generosos do que assistir TV” (SHIRKY, 2011, p. 153). O autor acredita que a participação ativa gera satisfação pessoal, diferente da experiência que a TV proporciona ao telespectador.

Jenkins, Green e Ford (2014) lembram que, em 1932, Bertolt Brecht já falava sobre a necessidade de transformação do rádio para um meio de participação ativa, o qual, além de transmitir, recebesse o *feedback* do ouvinte.

Hans Magnus Enzensberger (2000 *apud* JENKINS; GREEN; FORD, 2014), tinha uma proposta mais audaciosa de participação ativa, uma que não viesse da tecnologia e sim de novos tipos de público que adotariam posturas mais agressivas, gerando assim uma mobilização por parte da sociedade.

Hoje, tanto tempo depois de Brecht e Enzensberger, a mídia de massa dá sinais de adaptação aos novos meios, assim como as comunidades online atuam ativamente em favor de seus membros. As comunidades de fãs da Apple e da Harley, por exemplo, fiscalizam o comportamento e as atitudes da marca, de modo a garantir os interesses dos consumidores (JENKINS; GREEN; FORD, 2014).

Prova da postura ativa e arrojada do público na internet encontra-

se nos inúmeros casos de financiamento coletivos existentes³, como exemplos projetos de apoio. Em muitos desses exemplos os colaboradores identificam-se com o que está sendo proposto e ajudam ou acabam compartilhando a iniciativa de forma a impulsioná-la. Fazendo com que os grupos de pessoas que se formam nesses espaços de apoio a projetos ressignifiquem suas formas de entender o outro (COCATE; PERNISA, 2012; KELLER, 2012).

É oportuno salientar, que “o alcance e a vida útil do esforço compartilhado saíram do âmbito doméstico para a escala global” (SHIRKY, 2011, p. 145). A cultura participativa, portanto, não é específica dos meios online, mas, sem dúvidas, ela transformou-se e descentralizou-se adquirindo novas funções - de forma a interferir no conteúdo de mídia propagável.

Crowdfunding, mídia viral e propagabilidade

Inserido e amplamente difundido nos meios digitais, o *crowdfunding* conversa e tem sua lógica de funcionamento explicada a partir de conceitos como cultura da convergência e da conexão e cultura participativa. Tal termo trata de:

[...] um fenômeno virtual que tem como objetivo promover a realização de projetos, dos mais variados possíveis, por meio da contribuição financeira de pessoas que se interessam pela concretização de tais iniciativas (COCATE; PERNISA, 2012, p.135).

No Brasil, esse tipo de ação virtual começou em 2009, com a “Vakinha”⁴, cujas ações tinham a finalidade de beneficiar projetos culturais até necessidades pessoais. Atualmente, existem diversos sites do gênero no país, entre eles é possível citar o “Catarse”⁵, criado

3 Financiamento coletivo desponta no Brasil. Disponível em <goo.gl/nrT1hh>. Acesso em 04/04/2017

4 <https://www.vakinha.com.br/>. Acesso em 03/04/2017.

5 <https://www.catarse.me/>. Acesso em 03/04/2017.

em 2011, voltado apenas para ações culturais e o “Kickante”⁶, que iniciou suas atividades em 2013, recebendo projetos relacionados a cultura, causas sociais e empreendedorismo.

Para o desenvolvimento do *crowdfunding*, é primordial discutir a cultura da convergência, utilizada por Jenkins (2009), já que os processos são feitos essencialmente, por meio de redes sociais digitais - que permitem a troca de conhecimento entre os membros da rede e possibilitam o engajamento nas mais diversas vertentes sociais (RECUERO, 2009) - como o *Facebook*⁷, *Twitter*⁸, *Youtube*⁹, entre outros. O conceito pode ser entendido como a convergência dos meios de comunicação, de maneira a estabelecer uma troca de poderes entre os que produzem e os que consomem (JENKINS, 2009).

Assim, diante de múltiplas maneiras de divulgação, há um ambiente propício para cultura participativa, que é à base do *crowdfunding*. O termo “convergência”, cunhado por Jenkins (2009), tem a finalidade de representar a maneira como a sociedade atual, desde o aparecimento da internet, tem se afastado cada vez mais da condição de receptora passiva. A produção de conhecimento e disseminação dessas informações tornou-se um fato rotineiro. De acordo com Jenkins (2009), os indivíduos veem a internet como um ambiente de ações coletivas, seja para solução de problemas, deliberação pública ou criatividade alternativa.

Trata-se, portanto, de uma ambiência na qual o sujeito, a partir de sua construção social, escolhe atuar, fazendo-o construir e se inserir em uma nova cultura participativa, facilitada pela internet e modificada pela forma como as pessoas se relacionam. Esse relacionar-se perpassa, como já foi dito, diversas ambiências digitais, entre elas as redes sociais digitais nas quais o internauta pode escolher atuar de forma participativa. É nesse sentido que diversos conteúdos se tor-

6 <https://www.kickante.com.br/>. Acesso em 03/04/2017.

7 <https://www.facebook.com/>. Acesso em 03/04/2017.

8 <https://twitter.com/>. Acesso em 03/04/2017.

9 <https://www.youtube.com/>. Acesso em 03/04/2017.

nam virais (JENKINS; FORD; GREEN, 2014).

De acordo com Jenkins, Ford, Green (2014) o termo “viral” é usado pela primeira vez nas histórias de ficção científica, descrevendo ideias, em sua maioria ruins, que se espalham como germes. Os autores defendem que “viral” é apenas o que é disseminado sem a escolha do que se está compartilhando. Aqui, é possível citar o exemplo da mensagem do *Hotmail*¹⁰ em 1995, no qual embaixo de cada e-mail enviado, tinha uma mensagem de marketing com uma oferta “Ganhe seu e-mail grátis na web usando *Hotmail*” (JUVERTON; DRAPER, 1997 *apud* JENKINS; FORD; GREEN, 2014). As pessoas se comunicaram e passaram adiante uma mensagem de marketing sem se dar conta que isso tinha acontecido.

A metáfora do viral não descreve bem aquelas situações em que a pessoa avalia ativamente um texto na mídia, decidindo com quem irá compartilhá-lo e como irá difundi-lo. As pessoas tomam decisões ativas quando propagam mídia, quer simplesmente passando um conteúdo adiante para suas redes sociais, com recomendações boca a boca, quer postando um vídeo digital no *Youtube* (JENKINS; FORD; GREEN, 2014, p. 45).

A mensagem central trazida pelos autores é que o usuário realiza uma escolha em compartilhar algo, o que é distinto de transmitir um “vírus”, circunstância na qual o sujeito estaria atuando somente como um “transmissor”, sem determinar aquilo que está transmitindo. Dessa forma, eles ainda esclarecem que no efeito da propagabilidade o usuário faz a sua própria seleção ao compartilhar uma ideia ou produto, como também possui a capacidade de ressignificá-lo. O ato de propagar implica um indivíduo plenamente ativo, que dissemina um discurso que lhe é significativo, e se não for, pode torná-lo a partir de uma reapropriação (JENKINS; FORD; GREEN, 2014).

Assim, ao nos apropriarmos do financiamento coletivo para discutir conceitos como cultura, cultura participativa e propagação pode-se inferir que quando um colaborador resolve doar para determinado

10 <https://www.hotmail.com/>. Acesso em 03/04/2017.

projeto ou propaga aquela ação, ele acredita na causa apresentada. Há, ainda, aqueles indivíduos que discordam do projeto proposto. Nesse sentido, duas opções podem ser percebidas: o usuário escolhe não fazer sua doação ou, a depender da situação, verbaliza sua contrariedade à ação. Como é o caso do objeto de estudo desta pesquisa, o financiamento coletivo Zebeléo.

Estudo de caso: Hamburgueria Zebeléo

Tentando seguir a fórmula apresentada pelo *crowdfunding*, foi lançada uma campanha no site Kickante para arrecadar fundos destinados a uma hamburgueria gourmet, Zebeléo. Encabeçando o projeto estavam a empreendedora Bel Pesce, o blogueiro Zé Soares e o vencedor da última edição do MasterChef Brasil, Leo Young. O nome do restaurante é a junção das primeiras sílabas de cada sócio.

Para lançar a campanha, assim como em qualquer outro tipo de projeto a ser financiado pelo público, o trio se cadastrou no site. Posteriormente, estabeleceram o título da campanha e escolheram uma categoria na qual sua proposta se encaixava. Entre as apresentadas pelo Kickante, os três colegas elegeram “Empreendedorismo” e a subcategoria elencada foi “gastronomia”.

Os criadores do projeto optaram por empreender uma campanha “tudo ou nada”¹¹, em que o valor arrecadado seria recebido somente se atingisse ou ultrapassasse a meta estabelecida, caso não atingissem o objetivo financeiro o valor arrecadado seria devolvido aos contribuintes.

Antes de lançar a campanha, os proponentes precisaram definir o tempo de duração da mesma. Nesse site, a possibilidade de duração do financiamento seria de um a sessenta dias. Os idealizadores da

11 Na Kickante existem duas formas de financiamento. A “tudo ou nada”, na qual o valor arrecadado só é recebido se o proponente chegar ou ultrapassar a meta estabelecida e o “flexível”, em que independente do valor arrecadado o dinheiro segue para os idealizadores da campanha. Disponível em <https://goo.gl/U4wfwW>. Acesso em 14. Set. 2016.

hamburgueria optaram pela duração mais longa da ação.

A campanha, lançada em 25 de agosto de 2016, visava arrecadar R\$ 200 mil para ajudar na construção da hamburgueria Zebeléo e chamou atenção mais pelos valores de contribuição para fazê-la sair do papel que por ser um empreendimento inovador. O resultado foi o fechamento da ação com apenas um dia no ar.

De acordo com o site InfoMoney¹², quem doasse R\$ 100 teria direito a um combo com hambúrguer, batatas, refrigerante, sobremesa e ainda um chaveiro, adesivo e um “passaporte carimbado”, do qual não se tem muitas informações sobre o que seria. A doação mínima para ajudar o empreendimento era de R\$ 60 e os itens que cada contribuinte receberia seriam os últimos três citados acima.

O vídeo produzido para angariar fundos para o negócio, denominado Hamburgueria Zebeléo - *Crowdfunding*, tem duração de 8’35”. Nele, os três sócios falam como se conheceram, da parceria formada e explicam, de forma vaga, os benefícios trazidos ao público pela ajuda em solidificar o restaurante. Na descrição do vídeo, que já foi retirado de diversos servidores, e pode ser encontrado na fanpage de Bel Pesce¹³, que introduz o projeto e convida os internautas a participar do empreendimento.

Segundo Keller (2012), os vídeos dos projetos apresentados nos sites de financiamento coletivo são essenciais para criar uma boa primeira impressão aos possíveis apoiadores dos projetos. “Um vídeo interessante, de preferência relativamente curto e criativo, chama a atenção e incentiva seu compartilhamento. Assim é possível atingir mais pessoas e extrapolar o círculo de amigos” (KELLER, 2012, p. 46).

No caso do Zebeléo, o curta viralizou. Na rede social Facebook, por exemplo, com mais de 160 mil visualizações e 1.368 comentários apenas na fanpage de Pesce, o vídeo tornou-se alvo de críticas dos in-

12 Matéria “Em crowdfunding, vencedor do Masterchef “vende” combo de hambúrguer por R\$ 100”. Disponível em <https://goo.gl/qxJuli>. Acesso em 14. Set. 2016.

13 Vídeo Zebeléo. Disponível em <https://goo.gl/j9D63T>. Acesso em 14. Set. 2016.

ternautas, principalmente porque os três personagens são conhecidos pelo público por iniciativas anteriores e por, aparentemente, terem condições de empreender sem a ajuda de outras pessoas.

Importante ressaltar: é na cultura da conexão que processos como os de *crowdfunding* florescem, tendo em conta que a divulgação dos projetos se baseia nos mais diversos caminhos percorridos por e entre dispositivos da rede, contando com os internautas que se configuram em agentes importantes para o andamento das campanhas.

Em toda parte e em todos os níveis, o termo “participação” emergiu como um conceito dominante, embora cercado de expectativas conflitantes. As corporações imaginam a participação como algo que podem iniciar e parar, canalizar e redirecionar, transformar em mercadoria e vender. As proibicionistas estão tentando impedir a participação não autorizada; as cooperativistas estão tentando conquistar para si os criadores alternativos. Os consumidores, por outro lado, estão reivindicando o direito de participar da cultura, sob suas próprias condições, quando e onde desejarem. Este consumidor, mais poderoso, enfrenta uma série de batalhas para preservar e expandir seu direito de participar (JENKINS, 2009, p. 248).

Junto ao consumidor, portanto, está a garantia de promover ou não projetos que lhe interessam. No caso da hamburgueria Zebeléo, mesmo com algumas mensagens em redes sociais como *Twitter*, *Facebook* e *Youtube* positivas sobre o financiamento coletivo proposto por Bel Pesce, Leonardo Young e Zé Soares, a maior expressividade de comentários, a partir da análise qualitativa dos posts, são críticas. Numa observação das citações do nome do negócio dos proponentes no *Twitter* é possível perceber postagens que vão da crítica ao nome da hamburgueria aos brindes que seriam oferecidos aos colaboradores.

Ao investigar os tensionamentos criados a partir da criação de um *crowdfunding* e de como não apenas esse tipo de financiamento se vale das redes, mas como o próprio usuário se apropria dela para

discutir aquilo que está sendo posto – ainda que a partir de discursos não tão aprofundados e reflexivos – é possível perceber a importância dessa sociedade ligada pela cultura da conexão, estimulada pelo conteúdo que circula na rede.

Ao escolher compartilhar o caso Zebeléo os usuários da rede vão de encontro aos seus padrões sociais.

Algo que seja interessante para os indivíduos pode não ser material que queiram propagar através de suas comunidades, e alguns textos de mídia que eles espalham podem se tornar mais interessantes por causa da percepção do seu valor social (JENKINS; FORD; GREEN, 2014, p. 247).

Trata-se, portanto, de uma cultura estabelecida, uma identidade construída socialmente que se transforma em uma prática social e ajuda a construir sentidos.

Muitas foram as críticas negativas, a partir das diversas percepções de usuários da rede, sobre o lançamento do financiamento coletivo do objeto de pesquisa deste artigo que fizeram ele ser interrompido. No site da Kickante, no qual a campanha foi lançada, uma das sócias da hamburgueria, Bel Pesce, deixou um texto sobre o ocorrido e reconhecendo o impacto que a internet traz.

Ainda assim, a empreendedora não destaca nenhum ponto questionado pelos internautas. A jovem justifica a viralização negativa do caso à falta de percepção dos usuários. Ela diz: “foi a primeira vez que sentimos na pele o quanto uma percepção que não esteja alinhada com a intenção pode rapidamente produzir efeitos que te distanciam ainda mais da sua intenção”¹⁴. O que gerou ainda inúmeros outros comentários sobre como os sócios da Zebeléo não se redimiram pela iniciativa contraditória.

Faz-se necessário entender que não só a partir dos inúmeros compartilhamentos e comentários sobre o caso Zebeléo, como em tantos

¹⁴ Artigo “Alguns aprendizados que Zebeléo nos trouxe”. Disponível em <https://goo.gl/2p781D>. Acesso em 14. Set. 2016.

outros casos que viralizam ou que mesmo em pequena escala são compartilhados na rede, são construídos os valores e significados nos mais diversos dispositivos midiáticos digitais, remodelando um cenário que outrora era vertical e permitindo a construção de espaços mais participativos.

Considerações finais

Este artigo buscou problematizar como as ambiências digitais têm possibilitado a abertura de novos diálogos e transformado, diante das mídias propagáveis, o papel do público, que deixa de ser apenas um receptor das mensagens passadas. Para isso, nos pautamos no caso do financiamento coletivo, promovido no site da empresa Kickante, da Hamburgueria Zebeléo.

Ao aceitar ou não um discurso, identificar e ressignificar aquilo que está sendo apresentado, os mais diversos grupos estão criando mecanismos de posição crítica a respeito da cultura e do que se propaga nas mídias. Dessa maneira, estão tensionando aquilo que não conhecem ou reconhecem. É nessa perspectiva que aproximamos o conceito e as apropriações do *crowdfunding* ao que propõe os Estudos Culturais e a cultura participativa.

Seguir a premissa dos Estudos Culturais para abordar a cultura participativa neste trabalho justificou-se à medida em que se percebe um panorama de transformação, uma vez que a própria teoria nasce em um período de mudança de paradigmas sociais e teóricos. Nesse sentido, fez-se necessário trazer ao longo desta pesquisa referências que conversassem com contextos de mudanças e não apenas buscar iniciar teorias novas.

Diante dessa conjuntura, os Estudos Culturais se mostram maduros para trazer discussões importantes aos estudos do ambiente digital, no que se refere à interação dos indivíduos com os discursos e sua propagabilidade. Ao aliarmos esses estudos às propostas de autores como Jenkins (2009), Jenkins, Ford e Green (2014) e Shirky

(2014), também podemos destacar que a discussão se renova e se faz importante em meio a essa nova conjuntura da cultura participativa em rede.

Ao longo deste artigo buscou-se refletir sobre como se deram as interações sociais em rede relacionadas à campanha de financiamento coletivo Zebeléo. A partir do estudo de caso, foi possível perceber que as interações foram estimuladas e realimentadas pelos conteúdos que circularam sobre o tema.

Quando escolhe distribuir e interagir sobre determinado assunto, o internauta está expressando uma cultura já estabelecida, uma construção simbólica que pode ser partilhada entre diversos grupos, podendo se determinar níveis de engajamento que vão desde a observação até a participação ativa na rede.

Referências

BEL, P. [comentário pessoal]. **Facebook**. 25 de ago. 2017. Disponível em <https://www.facebook.com/BelPesce/videos/1408166955877943/>. Acesso em 14. Set. 2016.

CANCLINI, N. G. **Leitor, espectadores e internautas**. São Paulo: Iluminuras, 2008.

CATARSE. **Cartase**. Disponível em: <<https://www.catarse.me/>>. Acesso em: 03. abr. 2017.

COCATE, F. M.; PERNISA, C. Crowdfunding: estudo sobre o fenômeno virtual. *Revista Líbero*, São Paulo, v.15, n.29, p.135-144, jun.2012. Disponível em <http://casperlibero.edu.br/wp-content/uploads/2014/05/12-Crowdfunding.pdf>. Acesso em 18.set.2016.

ESCOSTEGUY, A. C. **Os estudos culturais**. Disponível em: < http://www.pucrs.br/famecos/pos/cartografias/artigos/estudos_culturais_ana.pdf>. Acesso em: 18.set.2016.

FACEBOOK. **Facebook**. Disponível em: <<https://www.facebook.com/>>. Acesso em: 03. abr. 2017.

HAMBURGUERIA ZEBELÉLO. **Alguns aprendizados que Zebeléo nos trouxe.** Disponível em <https://www.kickante.com.br/campanhas/lancamento-da-hamburgueria-zebeleo>. Acesso em 14.set.2016

HOTMAIL. **Hotmail.** Disponível em: <<https://www.hotmail.com/>>. Acesso em: 03. abr. 2017.

JENKINS, H. **Cultura da convergência.** 2ª ed. São Paulo, Aleph, 2009.

_____; FORD, S.; GREEN, J. **Cultura da Conexão:** criando valor e significado por meio da mídia propagável. Tradução Patrícia Arnaud. São Paulo: Aleph, 2014.

KELLER, K. D. **Crowdfunding:** um estudo de caso do projeto Coração Rei dentro da plataforma Catarse. 2012. 70f. Trabalho de Conclusão de Curso – Departamento de Ciências Administrativas, Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2012.

KICKANTE. **Kickante.** Disponível em: <<https://www.kickante.com.br/>>. Acesso em: 03. abr.2017.

_____. **Tipos de Campanha de Crowdfunding.** Disponível em <<https://www.kickante.com.br/bau-de-ideias/dicas-sobre-crowdfunding/tipos-de-campanha>>. Acesso em 14. Set. 2016.

MARTÍN-BARBERO, J. **Dos meios às mediações:** comunicação, cultura e hegemonia. 7. ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2013.

MARTINO, L. M. S. Os Estudos Culturais. In: _____. **Teoria da Comunicação:** idéias, conceitos e métodos. Petrópolis: Vozes, 2009, p. 241-248

RECUERO, R. **Redes sociais na Internet.** 1ª ed. Porto Alegre: Sulina, 2009

ROSSI, J.; MARRERO, J. C.; PALUAN, T. T. **A Análise dos Estudos Culturais no Contexto da Cultura de Convergência:** um Estudo de Caso sobre o papel do receptor nas Mídias Sociais. In: Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, XVIII, 2013. Bauru. *Anais eletrônicos.* Bauru: Unesp, 2013. Disponível em: <http://portalintercom.org.br/anais/sudeste2013/resumos/R38-1874-1.pdf>. Acesso em: 14. set. 2016

SILVERSTONE, R. **Por que estudar a mídia?** 4. ed. São Paulo: Loyola,

2014.

STOREY, J. **An Introduction to Cultural Theory and Popular Culture**. Londres: Prentice Hall/Harvest Wheatsheaf, 1997.

THOMPSON, E. P. **A miséria da teoria ou um planetário de erros**. Rio de Janeiro: Zahar, 1981.

TWITTER. **Twitter**. Disponível em: <<https://twitter.com/>>. Acesso em: 03. abr. 2017.

VAKINHA. **Vakinha**. Disponível em: <<https://www.vakinha.com.br/>>. Acesso em: 03. abr. 2017.

YOUTUBE. **Youtube**. Disponível em: <<https://twitter.com/>> Acesso em: 03. abr. 2017.

ZOGBI, P. Em crowdfunding, vencedor do Masterchef “vende” combo de hambúrguer por R\$ 100. **InfoMoney**, 25 ago. 2016. Disponível em <https://goo.gl/qxJuli>. Acesso em 14. Set. 2016.

CIDADANIA ENQUANTO DISPOSITIVO MIDIÁTICO: FRAGMENTOS HISTÓRICOS, CONTROLE E ESFERA PÚBLICA COMUNICACIONAL

Thays Helena Silva Teixeira

A cidadania é um conceito em mutação ao longo da história, por esta razão se configura como um substantivo complexo na compreensão social da realidade. Essa característica torna-se fundamental quando os discursos sobre a cidadania alcançam os elementos da mídia. Nesta reflexão, sugerimos que a cidadania pode ser compreendida como um dispositivo social, observando as características desse conceito apresentado por Foucault (2000). Tal aspecto nos mostra como o processo de formação e produção comunicacional é relevante na circulação de sentidos não tradicionais. Elegemos a ordenação e o controle dos discursos como características da cidadania na esfera pública comunicativa, com ênfase para as falas propagadas pelas redes sociais virtuais, aferindo assim a cidadania também como um dispositivo. Por sua vez, compreende-se que estejamos diante de um suporte de produção simbólica digital, assim como do conceito de cidadania comunicativa, em sentido que vai além da cidadania ativa habermasiana e que toma como posse um fio condutor que é capaz de instaurar uma cultura da transformação. A cidadania comunicativa e sua ambiência tendem a promover compreensões diferenciadas sobre a realidade social, permeando seu caráter multicultural, antropológico, micro e macrossocial, além das práticas comunicativas propriamente ditas. O controle, direcionamento e ordenação das falas sobre cidadania definem o que é e o que não é esse elemento; eis um dispositivo.

Os rituais de pesquisa

As processualidades e as estruturas precisam ser observadas no desenvolver das pesquisas científicas, especialmente nos estudos sobre comunicação. Isso permite o acompanhamento das lógicas dos meios; seu simbólico, materialidades e regras. Assim, temos uma compreensão da mídia como um lugar de sentido e de suas práticas institucionalizadas. A rotina e o modo de operar precisam ser observados e considerados.

Estar nesse ambiente é fundamental para compreender essa lógica e suas gramáticas. É o reconhecimento dos códigos para que eles façam sentido, especialmente diante da necessidade de compreender tais movimentos. O sujeito passa a fazer parte dessa ritualidade. As ritualidades dos meios vão se construindo, ao passo que os sujeitos vão as apreendendo. Essa articulação é fundamentada na estruturação institucional dos meios de comunicação.

As diversas institucionalidades dos campos, às vezes, se chocam com os interesses envoltos nos processos. É uma espécie de ordenação do caos informativo. Controlar como a informação é apresentada ou ofertada faz parte do rotineiro efetuado nos meios de comunicação midiáticos.

As mídias são ferramentas sociais para a produção de atenção, mas o recurso verdadeiro é a capacidade da mídia em controlar como a informação é representada (por exemplo, enquadrada ideologicamente ou narrada artisticamente), como as relações são construídas (por exemplo, quem se conecta a quem e de que formas), e para qual finalidade social as ações comunicativas servem (por exemplo, entretenimento, educação, persuasão etc.).

Explicando os vários sentidos das palavras. Os conceitos precisam se sustentar no âmago das pesquisas. Essa sustentação só possível se o estudioso consegue compreender as lógicas daqueles objetos que estão sendo estudados. A construção dos mapas dessas lógicas é imprescindível para qualquer estudo, do contrário sempre haverá fatos

muito alheios.

Na perspectiva de compreender como os rituais de pesquisa são necessários para o entendimento das práticas sociais e de suas re-verberações percebe-se a importância desse acompanhamento. Neste texto, intenta-se observar as processualidades da cidadania e como esse termo pode ser entendido como um dispositivo. Utiliza-se para isso uma estratégia que descreve algumas abordagens para o conceito de cidadania, bem como para o argumento do dispositivo, sob duas óticas; em Foucault e Mouliaud.

A fragmentação da cidadania, que em vias de institucionalização, é absorvida pela lógica econômica e política, em termos midiáticos pode converter aquilo que é diferente apenas pelos interesses por audiência. Esses mecanismos por sua vez geram interfaces com outros elementos da compreensão dos mecanismos sociais. Essa tentativa de institucionalização da cidadania, associada aos discursos e suportes midiáticos possibilitam que as chaves de controle possam ser observadas nessa relação.

Diante de tantas interfaces e lugares de fala epistemológicos, a natureza dos processos midiáticos solicita formulações plurimetodológicas, especialmente em estudos empíricos, onde a chancela de categorias analíticas é imensa. Essa gama de demandas exige da pesquisa uma abertura para que sejam aplicáveis variados procedimentos metodológicos conforme a necessidade do objeto e suas características.

Partindo de uma premissa multidisciplinar, tomamos aqui a compreensão de que a comunicação, especialmente a cidadania comunicativa, demanda uma articulação metodológica que ultrapasse as limitações de apenas um campo. Tal compreensão permite a estruturação de concepções robustas e dinâmicas sobre a produção de conhecimento e sua teorização de caráter epistemológico (MALDONADO, 2008).

Essa concepção ampla que mescla as múltiplas formas de conhecimentos e as suas demandas é denominada por Maldonado (2008,

p.10) como transmetodologia. É “transmetodológico porque parte da premissa de que a investigação científica em comunicação precisa da confluência profunda, cooperativa e produtora da estruturação de métodos mistos, múltiplos”, e desta forma conseguir não só promover conhecimento científico, mas também atuar diretamente na transformação das práticas comunicacionais, especialmente as digitais.

Observa-se, desta maneira, que a vigilância está presente na *práxis* social, até mesmos naqueles elementos que tem como principal característica a transformação do espaço e das relações gerenciadas nele. A cidadania enquanto dispositivo midiático é um elemento que articula essas lógicas. O preambulo, aqui feito, nos alerta para essa necessidade de observar as construções sociais e como elas interferem diretamente em enlaces e ritualidades das atividades humanas. O sistema está sempre em alerta.

Essa discussão está articulada para que possamos observar os processos históricos do conceito de cidadania, em seguida as nuances do que é definido como dispositivo.

O texto que segue está estruturado em quatro partes. A primeira ressalta a lógica e a processualidade dos discursos cidadãos e como eles estão presentes na construção social da realidade e das formas de organização que possuímos.

A segunda, são fragmentos históricos e teóricos sobre o conceito de cidadania e como este termo foi se estruturando, até o grau de complexidade que possui na contemporaneidade. Neste espaço, debate-se as múltiplas interfaces que a noção de cidadania assume.

A terceira parte visa entender como a noção de dispositivo está definida e quais as reverberações que este termo possui junto às práticas cidadãos, ao passo que reitera a importância dos processos midiáticos na constituição da cidadania como um dispositivo dessa ordem.

E por fim, a quarta parte diz respeito ao que se pode observar desse debate e observações teóricas que se intercalam com os sentidos das práticas sociais em tempos de suportes midiáticos e discursos

imersos em uma esfera pública digital.

A deliberação dos discursos cidadãos

“O debate público inventou a ágora que por sua vez, deu-lhe sua forma e suas regras”, (MOULIAUD, 2005, p.52). É na esfera pública que a opinião se posiciona e se modifica ao longo do processo histórico, apontando que a neutralidade não é algo inerente as falas. A linguagem não é neutra e as mensagens veiculadas através dela também não são. Responsável pelas mediações sociais cotidianas, o papel da comunicação social não pode ser ignorado como potencializador de interpretações da realidade. Além de informações, os meios e seus produtores veiculam opiniões e visões de mundo. (HABERMAS, 1984). Tal aspecto nos mostra como o processo de formação e produção comunicacional é relevante na circulação de sentidos não tradicionais.

Com o advento da lógica da convergência a produção local ganha novo desenho no sentido de atender uma demanda dos espectadores e comunicadores locais acostumados a consumir uma variedade de produtos comunicacionais diferenciados, e derivados de outros ambientes (geográficos e culturais).

A comunicação é uma das aliadas do cidadão na formação de uma consciência crítica, mas ela em si não pode ser vista como despida de propósitos. Assim como as forças socioculturais constroem os discursos que circulam nos meios de comunicação, estes, por sua vez, também transformam a sociedade. “Os dispositivos não comandam apenas a ordem dos enunciados, mas postura do leitor” (MOULIAUD, 2005, p 51).

Nesta relação dialética, posições sociais são reafirmadas e também são geradas novas reflexões a partir da linguagem. Ideologias políticas e sociais são transmitidas para a população através dos sistemas midiáticos, que ao transparecer discursos resguardados com o viés de imparcialidade, têm papel crucial na formação da opinião dos espec-

tadores. “A opinião pública se forma na luta dos argumentos em torno de algo, não sem crítica, na aprovação ou rejeição, seja ela ingênua ou plebiscitariamente manipulada, em reação a pessoas, através do common sense” (HABERMAS, 1984, p. 85).

As nuances e reformulações das culturas locais mediadas pelos dispositivos digitais impõem demandas diferenciadas em relação aqueles de caráter hegemônico, bem como de suas linguagens que constituem parte das dimensões do poder simbólico das comunidades. A sociedade da informação se destaca enquanto paradigma de análise da sociedade contemporânea, capaz de identificar a tecnologia e a informação como agentes constituintes tanto do processo de produção quanto das relações sociais. Assim, a sociedade informacional seria uma forma específica de organização social em que a geração, o processamento e a transformação das informações tornam-se fonte fundamental da sociabilidade.

A tecnologia midiática deixa de ser “extensão dos sentidos” para se tornar propiciadora de sociabilidade e da forma de habitar. Logo, sociabilidade e espaço tornam-se binômios em um cenário em que a informação, a comunicação e os sistemas comunicacionais ganham amplitude pela onda dos bites. A mídia digital é um espaço para o debate público, fortalecendo os discursos sociais e suas vozes. É nessa seara que entendemos que as falas cidadãs são ampliadas, moldando a cidadania como um dispositivo comunicacional.

Entendendo os dispositivos como:

um conjunto decididamente heterogêneo que engloba discursos, instituições, organizações arquitetônicas, decisões regulamentares, leis, medidas administrativas, enunciados científicos, proposições filosóficas, morais, filantrópicas. Em suma, o dito e o não dito são os elementos do dispositivo. O dispositivo é a rede que se pode tecer entre estes elementos (Foucault, 2000, p. 244).

Os processos históricos transformadores dos contextos sociais, especialmente na América Latina – o Brasil está mergulhado nisso – nos levam a reflexões sobre novas formas de compreensão dos

mecanismos comunicacionais. O papel e a atuação dos produtos e indivíduos oriundos desses elementos, versados sob a panaceia digital, compõem um outro cenário que é forte nas regiões centrais e frágil nas regiões periféricas. A rede dos dispositivos comunicacionais fomenta a estruturação de um importante ambiente deliberativo para os processos da cidadania e sua institucionalização. No Brasil, esse é um cenário recorrente, marcadamente nas regiões geográficas que o dividem. As periferias são espaços onde a lógica da cidadania vigora como parâmetro para a aquisição de direitos, um empoderamento recorrente.

Essa atuação marginal que já existia é potencializada por esses dispositivos comunicacionais, o que incrementa a compreensão do papel cidadão, conseqüentemente da cidadania reiterada por esses mecanismos. Há, portanto, novas condições de construção de mensagens, informações e conhecimentos que concedem novos campos de experimentação estética, comunicacional, política e social que formulam conjunto simbólicos singulares e fortes. Essa nova ordem foi imperativa pelas redes sociais.

Partindo desse lugar de fala pretendemos compreender a cidadania como dispositivo comunicacional e de como esse parâmetro acaba por constituir uma esfera pública de debates no ambiente virtual.

Cidadania enquanto conceito

Cidadania como espaço para a participação. O conceito moderno de cidadania é versado sob essa nuance de que só é cidadão aquele sujeito que tem garantias de participação, ou seja, é por meio da ação social que alcança os seus direitos, ora sujeitos daquilo que podem conquistar. “A livre escolha preside os demais tão logo a capacidade de escolher seja criada”. (MARSHAL, 1967, p.60).

“A cidadania expressa um conjunto de direitos que dá à pessoa a possibilidade de participar ativamente da vida e do governo de seu povo. Quem não tem cidadania está marginalizado ou excluído da

vida social e da tomada de decisões, ficando numa posição de inferioridade dentro do grupo social”. (DALLARI, 1998, p.14).

O conteúdo da cidadania são os direitos e deveres dos cidadãos, versados em cinco dimensões: jurídica, política, social, cultural e econômica. Assim, podemos afirmar que a cidadania é um termo dialético fundado na capacidade que o ator social possui de reivindicar, de buscar uma igualdade entre os seres formadores das sociedades. Logo, o conceito de cidadania não é algo estanque e que possa ser limitado em algumas linhas, mas resultado de um processo de construção social secular.

Desde as sociedades hebraicas até as contemporâneas, o termo cidadania/cidadão aparece na formação social. Nos primeiros registros voltado muito mais para a fatalidade de excluir e diferenciar os membros do contexto social e na sua versão moderna (pós revoluções modernas, inglesas e francesas), como elemento agregador social, de garantias de igualdade. (PINSKY E PINSKY, 2015).

Em sua hipótese sociológica, Marshal (1967, p.62) postula que há uma espécie de igualdade humana básica associada com o conceito de participação integral na comunidade - ou, como eu diria, de cidadania - o qual não é inconsistente com as desigualdades que diferenciam os vários níveis econômicos na sociedade. Em outras palavras, a desigualdade do sistema de classes sociais pode ser aceitável desde que a igualdade de cidadania seja reconhecida. O autor sugere a formação de um pensamento de pertencimento, participação e atuação que são mediados pela linguagem, cultura, reconhecimento do espaço, pela civilização que é dada ao sujeito, sem reiterar as desigualdades do capitalismo. O posicionamento é feito para diferenciar o seu raciocínio da lógica socialista que responsabiliza a questão das diferenças econômicas como marcador das desigualdades sociais. A cidadania versaria sobre as classes sociais, mas não sobre a economia delas, sim sobre sua linguagem.

Para Habermas, a cidadania efetiva faz uma alusão direta a dois modelos de institucionalização política: o republicano e o liberal. O

autor constrói uma análise que classifica esses dois marcos, o liberal afirmaria que os direitos humanos freiam a vontade coletiva em detrimento das liberdades individuais, enquanto a lógica republicana assinala que a função dos direitos humanos implica em impor a vontade coletiva sobre uma teórica autonomia dos cidadãos, sugerindo um modelo de cidadania que se ordena per se, privilegiando a vontade coletiva.

O autor relaciona que o modelo republicano de construção da cidadania não se suporta socialmente isso porque é radicalmente oposto ao modelo liberal, e exigiria uma unidade de valores e práticas políticas que não se constituem em consonância com as complexidades da sociedade contemporânea. Em virtude dessa discordância sugere que o ideal seria um equilíbrio entre os dois modelos [republicano e liberal], em outras palavras, a ação política proposta pelo modelo republicano permaneceria, ao passo que garanta a inviolabilidade das liberdades individuais e privadas do cidadão propostas pelo modelo liberal.

Assim, o sujeito é domínio e dominador das suas práticas comunicativas e por meio delas constrói a sua visão de mundo, bem como atua na construção social da realidade dos grupos/comunidades que pertence. É neste aspecto que se afirma que a linguagem não consiste apenas em um meio de trocas de informações, porém como um mecanismo que promove ações. “No caso de processos de entendimento mútuo linguístico, os atores erguem com seus atos de fala, ao se entenderem uns com os outros sobre algo, pretensões de validade, mais precisamente, pretensões de verdade, pretensões de sinceridade [...]”. (HABERMAS, 1984, p. 79).

Em contínuo dessa vertente de atuação da linguagem, a abordagem habermasiana propõe que a ação comunicativa alcança o desenvolvimento das perspectivas sociomorais em conexão e a visão descentralizada do mundo e de suas estruturas. Há poder para além daquilo que é visto como centro, porque sempre há linguagem.

Habermas (1984, p. 22) reitera que a estruturação de um discurso

de vontade tem relação com a autonomia do sujeito e sua posição com os demais que dividem formas de vida intersubjetivamente. Fato que leva a igualdade de direitos entre os cidadãos, aliado ao respeito à dignidade pessoal, “são suportados por uma rede de relacionamento interpessoal e por relações recíprocas de reconhecimento.”.

Essa lógica de estruturação da linguagem e de seu agir fomentam aquilo que o autor descreve como cidadania ativa, considerando os consensos do grupo em prol do bem comum. O autor usa como exemplo as reuniões sindicais, as associações comunitárias entre outros para especificar como a linguagem e o discurso firmam a coesão dos grupos sociais. A lógica da deliberação entre os atores da esfera pública garantiria esse consenso.

Martín-Barbero (2010,p.107) destaca que se o característico da cidadania está associado ao reconhecimento recíproco, sem dúvidas esse debate público, nos dias atuais perpassa pelo direito de informar e ser informado, de falar e ser escutado, do contrário não há como argumentar que exista de fato uma participação nas decisões da coletividade. “Daí que uma das formas mais flagrantes de exclusão da cidadania situe-se justamente aí, na expropriação do direito de ser visto, que equivale ao de existir/contar socialmente”.

Sob esse aspecto, é compreensível as modificações que o conceito de cidadania vai sofrendo ao longo do processo histórico. Da mesma maneira, há uma potencialização do uso deste termo com o advento das deliberações públicas em escala da internet, cada vez mais é possível compreender por que é autonomia da pessoa que faz dela cidadão e não súdito. Isso não quer dizer por sua vez que não existam exigências – lógicas de controle – nessa articulação, especialmente tratando-se das relações comunicativas dos processos cidadãos.

Por essa lógica, a cidadania assume a característica daquilo que Cortina (2005, p.106) define como cidadania civil, onde o sujeito não é “apenas um elemento com direitos políticos e sociais, ou apenas um produtor de riquezas materiais e imateriais (cidadania econômica), mas também um membro da sociedade civil”. Assim, figura-se o su-

jeito enquanto parte de uma esfera civil.

No que diz respeito ao poder político, já não se legitima mediante de um hipotético contrato social, mas pela comunicação. Não é o soberano quem deve representar a vontade do povo, mas o povo exercer sua soberania comunicativamente, no âmbito dos procedimentos aceitos por ele, o que faz com que o poder administrativo tenha de se legitimar pela comunicação. (CORTINA, 2005, p.134).

É a constituição da noção de um cidadão cívico, que ultrapassa a lógica da opinião pública como sendo algo pertencente somente aos ilustrados. Trata-se antes de tudo de um processo de tomada de consciência, de que não existe uma legitimação absoluta, tampouco uma única solução para todos os problemas vitais, é preciso estar ciente de que ainda carecemos de muitas compreensões e soluções.

Essa noção de deliberação cidadã ganha outra espacialidade quando consideramos o uso das ferramentas digitais. “Esta propriedade torna estas tecnologias mais adequadas para a transformação, a mudança, a revolução e o exercício da cidadania comunicacional, tanto pela sua flexibilidade estrutural quanto pelo potencial de confluência que possuem” (MALDONADO, 2008, p.2). Por sua vez, compreende-se que estejamos diante de um suporte de produção simbólica digital, assim como do conceito de cidadania comunicativa, em sentido que vai além da cidadania ativa habermasiana e que toma como posse um fio condutor que é capaz de instaurar uma cultura da transformação.

A cidadania comunicativa e sua ambiência tendem a promover compreensões diferenciadas sobre a realidade social, permeando seu caráter multicultural, antropológico, micro e macrossocial, além das práticas comunicativas propriamente ditas.

É a partir da lógica da comunicação que a cidadania vai se estruturando em tempos dos processos digitais de articulação da sociedade. A complexidade desse conceito reitera que ainda falta muito para que exista uma concepção única sobre aquilo que seja a cidadania,

talvez essa tentativa seja inclusive tola. Essa multiplicidade de entendimentos reforça a complexidade das práticas sociais e os meios de comunicação favorecem para que esse processo seja ainda mais complexo. Assim, é interessante que tenhamos a consciência de que a cidadania não é uma receita de bolo, que pode ser reproduzida de modo simplificado, mas uma noção densa que impera na formação do sujeito e na articulação de suas tomadas de decisões.

Pensando a cidadania como dispositivo midiático

Aquilo que compreendemos como cidadania nunca foi um termo estanque. Muito menos é um substantivo que possa ser delimitado no âmago de único sentido, ou quiçá de um ponto de vista. Em sentido complexo, a cidadania se desenvolve no interior das sociedades, mas é calcada na lógica da história e de suas demandas. Não pensemos que o que hoje é imbricado como direito social sempre existiu. Ao longo de muitas batalhas a cidadania vai aparecendo.

“De fato, não é nada natural, é perfeitamente social”, reitera o historiador Jaime Pinsky (2015, p.15) sobre como a cidadania foi sendo forjada e o seu desempenho sofrendo baques em uns ou outros momentos da história. Obviamente que o preambulo de que cada sociedade (país, nação) possui práticas específicas que afinam ou ampliam a noção de cidadania, ainda assim é possível articular uma evolução nas conquistas. O exercício do sufrágio universal por exemplo é algo bem recente, inclusive naqueles países que se orgulham do alto grau de desenvolvimento econômico e social que possuem. Vide a Suécia, onde até bem pouco tempo as mulheres não votavam.

Os pressupostos da cidadania evidenciam que é preciso ir muito além. O termo diz respeito aos direitos e deveres dos atores sociais, ao passo que também das lógicas de comportamento social. A cidadania é um dispositivo que nos garante uma organização social mais igualitária e versada em igualdade de humanos. (CARVALHO, 2002).

O que se almeja com a cidadania é garantir que a sociedade se

fundamente em parâmetros mais igualitários, mas também que seus membros possam de fato ser tratados como cidadãos. O resultado desse anseio é a organização de entidades civis que prezam pelo avanço de políticas sociais, especialmente públicas, no sentido de permitir que os pressupostos da cidadania sejam reiterados e em muitos casos de fato instaurados. A esfera pública é o local da de exercício da cidadania, pelo menos das lutas por ela.

Assim, entendemos que a cidadania em sua versão moderna é um dispositivo de transformação social, seguindo a sua característica histórica para a luta. Por essa lógica, é compreensível que os movimentos sociais ganhem força e assumam o papel de agentes. Com a dimensão digital, essa atuação assume atores que ao longo do movimento histórico eram marginalizados dos seus direitos e deveres – como as mulheres e os negros – e que com as novas plataformas podem socializar, pautar e reiterar as suas reivindicações.

“Os dispositivos são lugares materiais e imateriais nos quais se inscrevem (necessariamente) os textos” (MOULIAUD, 2005, p.52). E o texto, nesse sentido imaterial, que a cidadania produz são as falas que constituem seus interlocutores, além dos sentidos que a elas são dados.

O complexo conceito foucaultiano de dispositivos abre margem para uma compreensão da mídia e da comunicação como elementos de controle social. Por esse sentido é que a cidadania não se perde também dessa lógica controladora. Por mais que a cidadania verse sobre as igualdades e os direitos, essas ferramentas fomentam sentidos discursivos que indicam o controle das falas e das suas lógicas.

Os sujeitos cidadãos são controlados pelas falas que acreditam ser as da cidadania, por exemplo: se usa o Twitter para expressar algum tipo de opinião, o sujeito guia essa relação mediada para aquele público que quer alcançar com a sua fala. O texto veiculado obedece os parâmetros do que seria a cidadania. Há sempre uma obediência em torno dos enunciados, mesmo que eles sejam em prol de direitos. Nisso vislumbramos a cidadania como um dispositivo comunicacio-

nal. “O dispositivo não é um “suporte”, mas uma matriz que impõe suas formas aos textos (uma conversação “informal” se inscreve nas formas da conversação, como variante de um paradigma)” (MOULLAUD, 2005, p. 53).

Também em pauta sobre esta discussão, Fischer (2002) ressalta que a mídia hoje se apresenta como espaço de “visibilidade de visibilidades” (p. 86):

[...] ela e suas práticas de produção e circulação de produtos culturais constituiriam uma espécie de reduplicação das visibilidades de nosso tempo. Da mesma forma, poderíamos dizer que a mídia se faz um espaço de reduplicação dos discursos, dos enunciados de uma época. Mais do que inventar ou produzir um discurso, a mídia o reduplicaria, porém, sempre a seu modo, na sua linguagem, na sua forma de tratar aquilo que “deve” ser visto ou ouvido.

Os processos comunicacionais, os sujeitos fabricantes das falas, a mídia, nessa perspectiva da cidadania, não se ocupam unicamente em emitir visibilidades, contudo, aliada ao processo incessante de repetição discursiva, eles possibilitam condições para a produção de novas discursividades. Os discursos se duplicam, reorganizando e construindo outros. São os discursos encadeados, que formalizam a lógica dos dispositivos. Não obstante, os sujeitos para garantir a sua participação se integram a esse fluxo comunicacional.

[...] Não se trata mais do macrosujeito de uma totalidade social, e sim de discursos encadeados anonimamente. Ele coloca o peso principal das expectativas normativas nos processos democráticos e na infraestrutura de uma esfera pública política que se alimenta em fontes espontâneas. **Hoje em dia, para fazer valer os seus direitos de participação política, a massa da população tem que integrar-se num fluxo informal de comunicação pública que brota de uma cultura política libertária e igualitária e tentar influir nele.** [...] Nos dias de hoje, o jogo que se estabelece entre a formação institucionalizada da opinião e da vontade e as comunicações públicas informais permite que se veja a cidadania como algo que ultrapassa o nível de uma simples agregação de interes-

ses individuais pré-políticos ou de um gozo de direitos conferidos paternalisticamente. (HABERMAS, 1997, p. 295. Grifo nosso).

A comunicação via suportes digitais (pensamos aqui as redes sociais virtuais), são os caminhos dos dias de hoje para que vislumbramos essa participação cidadã, mesmo que em uma esfera de controle dos sentidos das falas, dos textos.

É nesse aspecto que compreendemos a cidadania como um dispositivo, especialmente pela característica definida por Foucault (2000) da regulamentação que os dispositivos possuem. Essa lógica se estrutura na ordenação social, mesclando com os suportes a potencialidade de estruturação dos comportamentos e das práticas sociais. A cidadania enquanto elemento comunicativo utiliza os suportes midiáticos para gerenciar essa regulamentação e suas lógicas discursivas.

Os sentidos de uma conclusão

O termo cidadania possui um campo semântico amplo, o que implica em uma infinidade de práticas e ações. Essa lógica reforça que qualquer definição sobre o termo precisa considerar essa observação importante. Não há como mensurar tudo aquilo que possa ser considerado prática cidadã em um mesmo espaço, mas é importante que saibamos da existência delas e de como são fundamentais na formação dos processos sociais dos quais fazemos parte.

A compreensão que a cidadania é um dispositivo sugere que essa noção ultrapassa o sentido teórico do termo, levando-nos a análise sociológica que Foucault (2000) realiza. A classificação da cidadania como elemento de regulamentação social reitera a constituição de uma esfera pública comunicativa quando as práticas sociais e discursivas do termo atingem os suportes midiáticos.

Isso nos permite conhecer a dinâmica da sociedade revelando as formas de dominação e contradições que se encontram encobertas pelas ideologias dominantes (hegemonia), que buscam convencer

dos seus valores e políticas culturais. Observamos que a relação dispositivo e cidadania é dialética, em uma interface que incrementa os elementos midiáticos como propagadores do discurso cidadão. O elemento sintético relativo a esses termos é resultado dos conflitos inerentes ao processo de constituição dessas ordens discursivas.

Assim é possível entender porque é tão complexo observar os sentidos da cidadania a partir da lógica dos dispositivos, entretanto não escapamos da possibilidade de observar esses processos como ferramentas que também podem se fundamentar na aderência por consciência a partir das práticas sociais. É desenvolver por meio do outro uma interação reflexiva, mediante a linguagem, e em relação com a construção do mundo. “São linhas que fixam os jogos de poder e as configurações de saber que nascem do dispositivo, mas que também o condicionam” (FOUCAULT, 2000, p.88), ou seja, estabelecem estratégicas relações de força, sustentando tipos de saber ao mesmo tempo em que são sustentadas por ele.

É nesse sentido de formação e articulação estratégicas que observamos os processos da cidadania enquanto dispositivo. As lógicas dessa interface seguem a mesma complexidade que abordam esses conceitos. Por mais que, vejamos no ordenamento, na vigilância e no controle social, severas problemáticas, são esses mecanismos que sustentam os sentidos dos discursos e de uma forma geral aquilo que compreendemos como sociedade, e o que entendemos que seja um sujeito.

Por isso que os processos são múltiplos e não são cerrados. Os mecanismos que articulam os sentidos exibem essa relação onde aquilo que controla pode ser modificado ao ponto que já não possui as mesmas características dos padrões de controles iniciais. É sempre uma articulação de fluxos de poder que vão corroborando para que as sociedades se firmem, é dizer que quem possui mais ferramentas para instituir os seus sentidos de falas mais poderoso está.

Com a expansão das ferramentas e plataformas de mídias digitais esses processos e fluxos de poder podem ser vistos com mais ênfase.

Os espaços de disputa são vistos a olhos nus, vão desde polêmicas simplistas até uma divisão do país em duas partes ideologicamente distintas. A esfera do debate vai ficando contornada por aqueles sujeitos que dividem as mesmas opiniões, que são expostas por meios de etiquetamentos (*hashtags*), e que reproduzem noções de cidadania. Os discursos são postados, as formas de argumentação são circunscritas e os ordenamentos sociais vão sendo construídos. Observamos que na tentativa de apresentar opiniões os sujeitos reproduzem – em uma lógica de consciência coletiva – os fluxos do controle social.

A cidadania comunicativa na ordenação de suas falas midiáticas é resultante desses embates, da estruturação dos suportes – enfaticamente as redes sociais virtuais como esferas deliberativas dos discursos –, que proporcionam a construção de um cenário que define o que é ou não cidadania e como ela se configura nas práticas sociais.

Portanto, os sujeitos, ainda que apenas reproduzindo os discursos dos dispositivos, podem por meio dessa relação de fluxos repensarem, de forma coletiva, os sentidos que essas linhas analíticas vão assumindo em todo esse contexto social. A cidadania comunicativa tem um papel fundante nesse processo de reconhecimento e tomada de decisões. Dispositivos não são simples, comunicação e cidadania muito menos.

Referências

CARVALHO, J.M. **A Cidadania no Brasil: o Longo Caminho**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2002.

CORTINA, A. **Cidadãos do Mundo: para uma teoria da cidadania**. São Paulo: Edições Loyola, 2005.

DALLARI, **Direitos Humanos e Cidadania**. São Paulo: Moderna, 1998

FISCHER, R. M.B. O estatuto pedagógico da mídia: questões de análise. In: **Educação & Realidade**. Porto Alegre, UFRGS/

FACED, vol. 22, n.º 2, jul./dez., 1997, p. 59-79.

FOUCAULT, Michel. **Tecnologias del yo y otros textos afines**. Barcelona: Paidós, 1990.

_____. **Vigiar e punir**. Rio de Janeiro: Vozes, 2000.

HABERMAS, Jürgen. **Direito e Democracia: entre faticidade e validade**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1997.

_____. **Mudança estrutural da esfera pública: investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1984. 398p.

_____. **Teoria do Agir Comunicativo**. São Paulo: Martins Fontes, 2012.

MALDONADO, A.E. **Transformação tecnocultural, cidadania e confluências metodológicas**. Natal (RN): Anais do XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2008.

MARSHALL, T. H. Cidadania e classe social. In: _____. **Cidadania, classe social e status**. Rio de Janeiro: Zahar, 1967.

MARTÍN-BARBERO, J. **Comunicação e Educação**. São Paulo: Contexto, 2010.

MOUILLAUD, M. In: PORTO, S.D. (org.). **O Jornal: da forma ao sentido**. Brasília: Editora da Universidade de Brasília, 2005.

PINSKY, J; PINSKY, C.B. **História da cidadania**. São Paulo: Contexto, 2015.

PARTE II

ESPETACULARIZAÇÃO MUDIÁTICA, DISCURSO E
NARRATIVAS NA CIBERCULTURA

A ESPETACULARIZAÇÃO DO RISCO: UMA REVISÃO TEÓRICA DOS PRINCIPAIS CONCEITOS QUE REGEM A PRÁTICA DA SELFIE DE RISCO NA CONTEMPORANEIDADE

*Camila Priscila Lopes
Maria das Graças Pinto Colheo*

Os dispositivos midiáticos e interativos têm efetuado alterações nos modelos de sociabilidade e difusão de informações na contemporaneidade. Os materiais simbólicos, frutos das ações dos sujeitos nessas ferramentas interacionais, adquiriram dimensão global, dessa forma, práticas sociais brotam e são difundidas na sociedade. Partindo desse contexto, o presente artigo busca desenvolver conceitos associados a prática de registrar *selfies* de risco nos dias atuais através de apontamentos teóricos que tratam temas como visibilidade mediada, risco, espetáculo e *selfie*. O intuito do trabalho complementa-se com a intenção de questionar os argumentos que erguem e mantêm a sociedade espetaculosa que vivemos, hoje vista como uma sociedade alimentada pela cultura da visibilidade mediada.

Introdução

A visibilidade passou a ser ferramenta diária na vida dos sujeitos, há um desejo em ver e ser visto. Tornar-se visível é vital para a sociedade contemporânea. A convergência das mídias no mundo digital compõe uma linguagem específica das redes, em que textos, sons, imagens e símbolos se harmonizam. Exemplo vivo dessa prática é sem dúvida o fenômeno da *selfie* nas redes sociais. As *selfies* tratam-se, pois, de uma vigorosa metalinguagem, cúmplice das técnicas de outras linguagens díspares.

Desde sua popularidade crescente em 2013, as *selfies* tomaram caminhos ainda nebulosos para os estudos das ciências humanas. São muitas as formas de representação de si na web. Após a explosão dos autorretratos registrados em dispositivos móveis, os sujeitos adeptos da prática criaram categorias de *selfies*, como os autorretratos feitos em academias, com famosos, entre outros tipos de autofotografia. Recentemente, um perigoso meio de se representar através de autorretratos despontou: a *selfie* de risco. A ação de fotografar-se em cenários de risco reconfigura toda a prática e traz à tona questões sociais mais profundas. As pessoas estão arriscando suas próprias vidas na tentativa de gravar imagens de si em situações perigosas.

Diante desses fatos, o artigo em questão pontua e esclarece conceitos como visibilidade mediada, *selfie*, risco e espetáculo, a fim de compreender os fundamentos teóricos que podem dar sustentação a prática das *selfies* de risco e os impactos propiciados pela visibilidade mediada pelos autorretratos arriscados.

Essa nova visibilidade está inteiramente integrada as práticas sociais trazidas pela mídia. Não há como compreender essa visibilidade contemporânea, sem considerar o fato de o progresso das mídias comunicacionais ter modificado a natureza da interação social, dando origem a diferenciadas formas de sociabilidade.

Este trabalho, consiste em um artigo puramente teórico, que discute os possíveis conceitos desmembradores da prática das *selfies* de

risco. Recorreu-se a literatura em busca de autores que contribuísem com a temática, buscando absorver suas contribuições para as questões sequencialmente desenvolvidas.

Visibilidade mediada e espetáculo

“Visível é o que pode ser visto, aquilo que é perceptível pelo sentido da visão; invisível é o que não pode ser visto, o que é imperceptível ou oculto à visão” (THOMPSON, 2008, p.20). As ferramentas interativas e produtivas dos dispositivos móveis ampliaram o conceito de visibilidade e seus desdobramentos. A visibilidade que compartilhamos nos dias de hoje, incansavelmente produzida e replicada em infinitas telas de visualização, não depende da presença física dos sujeitos em um espaço afim, ao invés disso, alimenta-se das conexões estabelecidas em rede, capazes de unir indivíduos de diferentes partes do globo em um processo instantâneo e ininterrupto de interações mediadas. Thompson (2008) pontua que:

Com o desenvolvimento da comunicação mediática a visibilidade está livre das propriedades espaciais e temporais do aqui e agora. A visibilidade das pessoas, suas ações e acontecimentos estão libertos do compartilhamento de um solo comum (THOMPSON, 2008, p. 20).

As alterações na visibilidade remetem as reconfigurações do ambiente informativo, que se apresenta mais intenso, menos controlável e mais extensivo do que presenciamos no passado. A quantidade de conteúdos informativos e o fluxo com que essas informações são publicadas e recebidas o torna mais intenso, a amplitude geográfica de receptores não permite o seu controle, e a quantidade de sujeitos conectados o deixa mais extenso, afinal, o número de indivíduos aptos a produzir e receber produtos das organizações mediáticas elevou-se perceptivelmente (THOMPSON, 2008).

No que toca as variações da visibilidade, o autor apresenta três tipologias: a visibilidade situada, a visibilidade recíproca, e por último,

a mediada. A primeira possui relação direta com a partilha da mesma situação espaço-temporal, enxergamos apenas aquilo que não escapa dos nossos limites visuais. A segunda diz respeito a interação visual entre os sujeitos, afinal, não há visibilidade recíproca sem o captar do outro, vemos e somos vistos, trata-se, pois, de uma visibilidade situada na co-presença. A visibilidade mediada, posta em análise por Thompson (2008), atribui para si elementos, antes limitados a visibilidade situada e recíproca, um deles é a irrelevância da distância entre os sujeitos e/ou conteúdos simbólicos por eles produzidos.

A comunicação acontece de maneira instantânea, pessoas tornam-se visíveis para outras no mesmo momento em que se expressam, falam e são ouvidas em um instante compartilhado, neste sentido Thompson (2008) completa: “A visibilidade mediada rompe as barreiras de espaço e tempo, a distância é irrelevante, a comunicação acontece de forma instantânea” (THOMPSON, 2008, p. 16).

O compartilhamento instantâneo de conteúdos simbólicos na rede resulta naquilo que Thompson (2008) nomeia de simultaneidade desespacializada, que de forma resumida, é a capacidade de tornar visível para os outros, aquilo que anteriormente se prendia apenas a visibilidade situada.

Evidentemente, os dispositivos interativos e seus usos tornaram os sujeitos capazes de conceber e receber informações de fontes distintas, que já não se resumem as pessoas que se encontram presentes no cotidiano. “Cada vez mais eles têm acesso a um «conhecimento não-local» e que podem incorporar, de maneira reflexiva, em seus processos de reconstrução pessoal” (THOMPSON, 2008, p. 20).

A barganha de materiais (imagens, sons, vídeos) é apontada pelo autor como troca simbólica mediada, na qual muitos aspectos do eu dos sujeitos se mesclam com as incontáveis probabilidades representativas advindas dessa mesma troca. Sibilia (2008) defende que no processo de reconstrução pessoal, o autor, narrador e personagem da narrativa são a mesma pessoa, neste sentido, o eu da web é tríplice, “uma entidade complexa e vacilante” (SIBILIA, 2008, p. 31). Com-

plexa e vacilante por se tratar de algo adaptável e volátil, reformulável ao toque dos dedos.

Uma das características centrais do eu da web é o anonimato, o consentimento para aparecer anonimamente na internet mobiliza a formulação de identidades diversas, nas quais é concebível expor uma intimidade idealizada. Ao publicar narrativas de suas vidas na rede, os indivíduos incorporam personagens de autorrepresentação (SIBILIA, 2008).

A linguagem é o núcleo do processo de construção desse eu. Através das palavras representamos ações, e a partir delas, universos e subjetividades são organizados. Considerável parte desses significados, expressos por imagens, não se restringe a pura visualização, a captação vai além do enxergar um acontecimento ou objeto, ela abarca um apanhado de repertórios históricos e culturais, além dos elementos textuais que frequentemente acompanham a imagem visual, estes, por sua vez, podem auxiliar na interpretação do material e ainda moldar a maneira como as imagens são vistas. “O ato de ver é sempre esse processo de reconstrução pessoal” (THOMPSON, 2008, p. 21).

Imagens e sons não só testemunham, mas organizam e concedem realidade a própria experiência. Essas narrativas tecem a vida do eu e, de alguma forma, a concretizam. A exibição da intimidade diz muito sobre o eu e a vida, venerada e espetacularizada (SIBILIA, 2008).

Seguindo esse raciocínio, Debord (1997) aperfeiçoa afirmando que a sociedade contemporânea, marcada por suas modernas condições de produção, se apresenta como uma imensa acumulação de espetáculos. Tudo o que era vivido diretamente tornou-se representação. As imagens representativas da vida fundem-se num fluxo comum, a infinidade de narrativas é tanta, que a unidade dessa vida se perde, já não pode ser definida.

O desenvolvimento das mídias comunicacionais fez nascer assim um novo tipo de visibilidade desespacializada, que possibilitou uma forma íntima de apresentação pessoal, livre das amarras da co-pre-

sença. Essas foram as condições facilitadoras para o nascimento do que podemos chamar de «sociedade da auto-promoção»: indivíduos aparecessem diante de públicos distantes e desnudam algum aspecto de si mesmos ou de sua vida pessoal (THOMPSON, 2008).

As representações da vida dos sujeitos através de imagens formulam uma realidade a parte, uma realidade própria, capaz de gerar outras narrativas que se cruzam em um caminho comum. Atualmente, a realidade passou a ser objeto de contemplação. As incontáveis imagens que visualizamos diariamente em nossas telas se originam e se concretizam no mundo da imagem autonomizada. Com o auxílio delas, aspectos da vida se unem ao espetáculo, no qual o mentiroso mentiu para si mesmo (DEBORD, 1997).

O espetáculo não se trata apenas de um conjunto de imagens, ele apresenta-se como a própria sociedade, de certo, parte da interação entre os sujeitos, neste caso, mediada por imagens. Obviamente, não podemos considerar apenas os suportes técnicos de produção e propagação desses materiais, e sim, os contextos e significações dessas representações. O espetáculo é, desse modo, o modelo atual da vida dominante da sociedade. Tão intensa é sua inserção, que se torna difícil dividir as fronteiras entre o espetáculo e a atividade social efetiva.

Vivemos em uma sociedade espetacular, na qual, conquistar visibilidade pela mídia é conseguir um tipo de presença ou reconhecimento no âmbito público. Esse reconhecimento pode chamar a atenção para uma situação ou pessoa, e ainda funcionar como suporte para propagar a causa de alguém. Todavia, da mesma forma, a inabilidade em conquistar a visibilidade através da mídia pode condenar uma pessoa à obscuridade – e, no pior dos casos, podem levar a um tipo de morte por desaparecimento (THOMPSON, 2008).

Essas práticas de representação do eu, firmadas na visibilidade mediada têm sua raiz nos gêneros autobiográficos, historicamente manifestados através de cartas, diários íntimos, álbuns e também autobiografias. Atualmente as inspirações para representação e exibição do eu são retiradas das telas. Os textos eletrônicos anexados a

imagens e vídeos instauram hábitos sociais. “Nossas narrativas vitais ganham contornos audiovisuais” (SIBILIA, 2008, p. 49).

A lógica da visibilidade e o mercado das aparências desempenham papéis indispensáveis na construção de si e da vida como relato. Fatos do nosso cotidiano assemelham-se a imagens, cenas de videocliques e anúncios publicitários. Os sujeitos adaptam os principais acontecimentos de suas vidas aos recursos da câmera. A espetacularização da vida cotidiana tornou-se corriqueira. Há uma estilização das experiências e também da personalidade, movidas pelo desejo de sair bem na foto.

O espetáculo dispõe de uma vantajosa positividade, indiscutível e inacessível. Sua maior arma toca a visibilidade das coisas e dos fatos agradáveis. O que é bom aparece e o que aparece é bom. O espetáculo se alimenta da representação, sempre que há representação independente, ele se reconstitui (DEBORD, 1997).

Contextualizando as contribuições de Debord (1997) ao cenário atual, moldado por constantes representações, certamente, nada livres das padronizadas formas de exibição midiáticas e dos usos das ferramentas presentes nos suportes utilizados no processo de publicação dessas narrativas, sejam visuais e/ou textuais. O espetáculo habita todos os ambientes, é uma forma de discurso ininterrupto que a ordem atual faz a respeito de si mesma, uma espécie de monólogo laudatório que pontua ações e situações as quais os sujeitos se encontram envolvidos (DEBORD, 1997).

Portanto, não podemos falar em espetáculo sem mencionarmos a alienação, elemento essencial na composição de uma sociedade espetacularosa. Diante de um objeto contemplado, o espectador (de forma inconsciente) se pronuncia a favor do mesmo. Dessa maneira: quanto mais ele contempla, menos vive, quanto mais aceita se reconhecer nas imagens postas, menos compreende sua própria existência. Seus gostos, desejos e gestos já não são seus, mas sim de outro que o representa (DEBORD, 1997).

A subjetividade se estiliza como personagem, esse por sua vez, se destina a atuar como se permanecesse sempre diante de uma câmera. A construção de personagens reais, porém dotados de ficção, gerenciam a própria exposição dos sujeitos aos olhares alheios (SIBILIA, 2008).

A realidade dos sujeitos é invadida pela contemplação do espetáculo e o incorpora de forma positiva. Consequentemente, a realidade está presente nos dois lados. Ela brota no espetáculo, e esse, por sua vez, é real. A sociedade existente se alicerça nessa alienação.

A contemplação do espetáculo estrutura e move muitas das práticas sociais contemporâneas. No contexto da visibilidade mediada e representação dos sujeitos por meio de imagens, despontam incontáveis táticas de autopromoção. O fenômeno da *selfie*, aqui estudado, é um elemento construtor dessas narrativas visuais contemporâneas, é certo que, o autorretrato não é uma prática dos dias atuais, desde a pré-história as diversas formas de representar a si mesmo existem. A história da arte, por sua vez, nos proporciona acompanhar as variantes formas representativas do eu através de autorretratos.

Afinal, o que é *selfie*? Do autorretrato a *selfie* de risco

As *selfies* constituem rastros de um acontecimento social ressaltante e próprio das primeiras décadas do século XXI (OLIVEIRA, FREITAS, 2016). A popularidade é tanta, que no final de 2013, ano em que as *selfies* se alastraram na rede, o dicionário da Oxford University Press, Reino Unido, oficializou o termo “*selfie*” como a palavra do ano¹, em virtude da sua utilização contínua em aplicativos como o *Instagram*.

A palavra *self-portrait* (autorretrato em inglês), em sua forma reduzida tornou-se as popularizadas e contemporâneas *selfies*, os autorretratos do século XXI. O termo implica na ação de fotografar-se

1 Fonte: <http://www.bbc.co.uk/portuguese/noticias/2013/11/131119_selfie_oxford_fn.shtml>. Acesso em 21/11/15.

solitariamente ou em conjunto por intermédio de um smartphone ou outro dispositivo móvel que comporte câmera (SÁNCHEZ, 2014). É comum encontramos pessoas em lugares públicos fotografando-se sozinho ou em grupo. O intuito é submeter essas imagens a visualização do outro, raramente os autorretratos são realizados na intenção prévia e única de armazenamento em memórias digitais.

Selfie, junção do substantivo *self* (o eu, ou a própria pessoa) com sufixo *ie* formam a reinvenção do clássico autorretrato, historicamente originado há pelo menos dois séculos (FERNANDES, 2015). Há um impasse quando pensamos na ideia de definir um gênero para o termo, finalmente, é o *selfie*, ou a *selfie*? Levaremos em consideração a classificação posta por Fernandes (2015) retirada da Porto Editora, na categoria dúvidas na internet. O autor explica que a palavra pertence ao conjunto de expressões tratadas no feminino, tendo em vista o uso massivo do termo de forma femínea, em função da sua aplicação generalizada na substituição da palavra fotografia. Após o auge de sua utilização, jornais, revistas e mídias digitais passaram a empregar a *selfie* em reposição ao termo fotografia, por conta do reconhecimento por parte dos leitores.

É comumente preferível registrar uma *selfie* em um lugar desejado, com uma personalidade importante, ou até mesmo para mostrar-se, numa tentativa de cativar o outro, de adquirir seguidores e quem sabe alcançar o topo da notoriedade na internet. O que acontece é a apresentação constante dos sujeitos em dado cenário e momento do cotidiano. O *feedback* quase sempre é instantâneo, a rapidez com que os materiais são dispostos e vistos é impressionante (SÁNCHEZ, 2014).

Fazendo um retrospecto no histórico do autorretrato e sua origem formadora das *selfies*, seu notável uso como tecnologia para representação de si ocorreu através da arte. Por volta de 1500 o individualismo raiou com a aparição dos espelhos de vidro de boa qualidade. Como ressalta Sánchez (2014), a singularidade da revolução ensajou a ascensão do autorretrato na Renascença. A viabilização de captar

a ilusão ótica de ilustrações tridimensionais, inexistente nas planas obras da arte medieval, expandiu as alternativas de se aventurar na representação visual.

Se o refletido representa o eu, o espelho é a moldura que engendra o encontro consigo mesmo, e não apenas com uma simples reprodução da imagem do sujeito. O espelho foi assim, umas das primárias tecnologias de visualização, oportunizando observa-se e pintar-se simultaneamente. No período renascentista vigorou a curiosidade de distinguir a personalidade e estilo individual de cada artista, o conduto mais eficiente na construção dessa originalidade, foi sem suspeita o autorretrato (SÁNCHEZ, 2014).

Sobre a importância do espelho na história do autorretrato, Sánchez (2014) argumenta que, este fez do homem o autor de sua própria imagem. Mais adiante, com a invenção da fotografia, as artes plásticas se desprenderam da fixação pela semelhança. O autorretrato conduziu-se a representatividade peculiar dos sujeitos, uma maneira de projetar subjetividades, não necessariamente fiel a realidade do corpo do indivíduo.

Após tantas revoluções no autorretrato, a câmera fotográfica veio para transfigurar todas as técnicas de representação visual. O hábito de fotografar-se, amplamente documentado como um dos indicadores principais da fotografia amadora, reconfigurou-se e tomou dimensão de prática cotidiana, uma espécie de fenômeno social.

É comum referir-se a *selfie* como uma vertente modernizada do antigo autorretrato artístico, este, obteve reconhecimento como imagem técnica surgiu com o aparecimento da câmera portátil Kodak Brownie. A partir dessa inovação, as pessoas ganharam a capacidade de fazer registos familiares e de si, contudo, a ação de se autofotografar não se configurou como prática social do século XX, podemos dizer que foi pouco marcante na fotografia amadora. Nessa época, fazer uma fotografia de si era visto algo engrandecedor. O pensamento seguiu firme no decorrer da metade do século XX (SÁNCHEZ, 2014).

A fotografia digital consentiu o nascimento de subjetivas práticas de visibilidade, anteriormente desconhecidas. Conceitos como autoimagem, sociabilidade e cultura da visibilidade, sustentam as redes e suas ferramentas interativas. A imagem logra da velocidade de captura, transmissão e acesso. Surgem então singulares performances na tentativa de representar a si mesmo. A câmera libertou restrições técnicas dos autorretratos pintados, ela impôs vigorosas vicissitudes, que resultam numa reorganização da relação entre olhar, representação e imagem.

A tecnologia digital conduziu significativas transições no fazer fotográfico. Os dispositivos móveis de interação trouxeram perspectivas mais amplas. A comunicação mediada não mais se reduz a conversações escritas e informações meramente textuais. Os materiais produzidos na internet e para internet são associados a imagens ou expressam suas informações puramente com o emprego delas.

Os precursores autorretratos clássicos e os imediatos *selfies* contemporâneos se identificam em alguns pontos, um deles é representação do eu do sujeito (FERNANDES, 2015). Mas em quais aspectos os *selfies* são distintos dos predecessores autorretratos? Sem dúvida, a principal diferença está contida no ato do registo, afinal, atualmente qualquer sujeito pode ter um dispositivo móvel em mãos e capturar a própria imagem, o que anteriormente seria impossível, tanto pela limitação dos aparelhos fotográficos e a tecnologia que os imperam, como pelo fato de poucos dominarem a técnica da pintura.

Outro aspecto imprescindível, que separa incontestavelmente a acelerante produção de *selfies* dos elaborados autorretratos do passado, é a ampla visualização que os primeiros podem contrair, pois as *selfies* migram da esfera privada para a esfera pública, possibilitando assim uma exibição em caráter global. A intimidade descola-se em um percurso irreversível de declínio (ABDALA, 2014).

Assim como os autorretratos artísticos antecedem e possuem considerável grau de importância para o fenômeno contemporâneo das *selfies*, as mesmas foram erguidas por meio de recursos da interação

virtual e seus mecanismos propícios para conversação e distribuição de informações online. A tecnologia funciona como o núcleo que magnetiza todo o processo, apesar disso, não independe dos usos que os sujeitos dela fazem (SÁNCHEZ, 2014).

Os autorretratos são capazes de proporcionar uma autoanálise do sujeito, uma espécie de descoberta de si mesmo. Ao mergulhar naquilo que sua representação comporta, os sujeitos descobrem mais de si e podem tomar conhecimento da composição da imagem que os outros têm da sua personalidade. Por intermédio das *selfies*, os internautas revelam ao mundo e a si características julgadas admiráveis na construção de sua personalidade (SOARES, 2014).

Goffman (1985) salienta que o indivíduo pode verdadeiramente crer na realidade por ele representada, neste caso, o ator pode estar compenetrado do seu próprio espetáculo, validando para si a imagem projetada. Decerto, quando o público está igualmente convencido da veracidade da prospecção do outro, quem poderá julgar o contrário?

Entretanto, o ator pode permanecer desconvenido de sua própria prática. O executante busca a convicção do público sobre sua representação como forma de alcançar finalidades pré-definidas, não exercendo interesse final pelo pensamento que fazem dele ou da situação exposta. A intenção é previamente arquitetada, motivada pelo alcance e visibilidade que a fotografia pode obter, por conseguinte, o reconhecimento do público e a sociabilidade por ele gerada e alimentada. Goffman (1985) esclarece ainda que, quando o ator não acredita na atuação e muito menos mostra curiosidade por aquilo em que seu público crer, ele é tido como cínico, contrariamente, o termo sincero é aplicado aos atores que confiam na impressão designada por sua representação.

Nessa luta constante por reconhecimento através da representação da vida na web, os sujeitos articulam estratégias para tornarem-se visíveis. No conjunto de modalidades representativas do eu por intermédio das *selfies* surge as *selfies* de risco. O termo é usado para designar autorretratos registrados em ambientes arriscados e situações

de perigo.

A prática vem adquirindo adeptos pelo mundo e em 2015 diversos casos de sujeitos que sofreram acidentes, ou até perderam suas vidas durante a tentativa de registrar um autorretrato no ambiente arriscado, apareceram nos principais sites de divulgação de notícias. De acordo com a matéria publicada pela revista *época*, no mesmo ano, 12 pessoas se acidentaram fatalmente enquanto se arriscavam no experimento de registrar suas experiências naquele instante².

O desígnio de estudar as *selfies* de risco parte da realidade emergente que hoje presenciamos. Em um tempo em que, por meio da internet, as coisas ganham um alcance maior, é importante se discutir sobre os impactos dessas comunicações feitas após a quebra do polo de emissão das mensagens.

Atualmente, mais do que nunca, todos podem se comunicar e têm meios para isso, são diversas as ferramentas capazes de ampliar o alcance do que se diz. A presença de postagens de *selfies* tornou-se intensa na vida das pessoas. As publicações de autorretratos passaram a ser usadas como formas de narrar ações do cotidiano, sendo suscetíveis, por sua vez, a influências dos diferentes temperamentos, afetos e percepções das pessoas envolvidas.

As *selfies* passaram a compor um dos alicerces da interação produzida nas redes sociais. O aperfeiçoamento das novas tecnologias móveis faz emergir a cada dia novas concepções de sociabilidade, estas, por sua vez, afetam os padrões de comunicação, por conseguinte, o meio social, enfim, não há como separá-los. Essas autoimagens fazem parte de um vasto conjunto de ferramentas interativas. Através de uma simples publicação, o sujeito obtém incontáveis visualizações. Liberados para inserir seus comentários a respeito do *post*, os receptores da imagem estabelecem uma troca conversacional com outros indefinidos internautas. A barganha de explanações estabelecida por esses agrupamentos é preciosa para a sequencialidade das sociabili-

² Fonte: <<http://epoca.globo.com/vida/experiencias-digitais/noticia/2015/09/selfies-jamatam-mais-humanos-do-que-ataques-de-tubaroes.html>>. Acesso em: 30/04/2016.

dades germinadas no espaço virtual.

As *selfies*, apesar de distintos intentos, possuem intenções afins. O designio de publicar a imagem logo depois do registro é um deles. A fotografia é descarregada para uma visualização ilimitável de usuários que habitam a internet. O determinado material visual sai do particular para o público, os sujeitos expõem situações da vida cotidiana, até mesmo as mais íntimas. Todos esses conteúdos dispostos na rede são vulneráveis a interações e opiniões, tecidas nos comentários abaixo da imagem publicada (FERNANDES, 2015).

O que os adeptos das *selfies* de risco aspiram, validação social, autoconhecimento, fama na web, ou apenas o desejo de comunicar uma mensagem através de suas imagens e cenários arriscados? As questões aqui levantadas ultrapassam o viés narcísico da prática. A *selfie* é vista por muitos como uma aparente superficialidade representativa, porém, suas implicações abarcam consequências mais fatalistas na vida dos sujeitos. Os autorretratos de risco são exemplos recentes e ainda latentes dessa realidade social conectada.

Fernandes (2015) alega que, tudo pode ser compartilhado a todo instante na web, é como se a vida das pessoas pudesse ser interpretada através da *selfie*. Um smartphone detentor de câmera frontal em mãos garante que inúmeras ocasiões e estados de espírito sejam replicados sem a ajuda de um fotógrafo ausente na imagem. Os apreciadores divulgam o que gostam de ler, as viagens que realizam, as vestes que preferem, em meio a tantos outros aspectos comportamentais, sociais e econômicos representativamente expostos nas *selfies*. Esses registros funcionam como via de intervenção ideológica, política, econômica, dentre outras manifestações e pontos de vista (FERNANDES, 2015).

A ideia de fotografar-se em um dado momento e quase que instantaneamente submeter essas imagens as redes sociais, obteve profundidade com as contemporâneas tipologias de *selfies* radiais e de risco. Os atuais registros executados em lugares proibidos e perigosos têm chamado a atenção de estudiosos da psicologia, comunicação,

sociologia e áreas afins, afinal, o que se esconde por trás dessa recente prática social, alimentada das tecnologias e suas mutantes interferências sociais e subjetivas?

Para entendermos essas questões de maneira mais clara, necessitamos mergulhar no universo do risco, suas classificações e reconfigurações ao longo do tempo. Em seus estudos sobre risco, Giddens (2007) pontua o aspecto corriqueiro do risco, certamente, cada ação que realizamos, nos insere em um cenário de dúvidas, não importa onde vivamos, por consequência, o risco é inseparável da globalização e dos recursos tecnológicos que erguem e movimentam o giro de conteúdos dedicados a infinitos receptores.

A incessante proliferação de informações globalizantes reconfigura o pensamento do homem, altera suas percepções e amplia a visão para um foco muito além dos limites geográficos. Há sempre um novo horizonte a ser explorado na web, e os que desafiam a segurança do sujeito, colocando-o em contextos de perigo, ganham destaque no universo virtual (GIDDENS, 2007).

Nas palavras de Giddens (2016) considerável parte desses riscos é fabricada, assim titulada, por se tratar de atividades pré-calculadas. Vivemos a passagem da predominância do risco externo para o risco fabricado. Partindo da proposta deste artigo, as *selfies* de risco representam as perigosas ações antecipadamente pensadas, que neste caso, aproveita da visibilidade para resistir.

O risco caminha de braços dados com o cuidado, pois ele é visto por uma ótica negativa e evitá-lo é sempre o conselho mais sábio a ser seguido. Submeter-se a riscos foge dos princípios implantados pela sociedade: segurança, juventude prolongada, autocontrole, responsabilidade com aspectos ecológicos, dentre tantos outros (VAZ, 2006). Podemos dizer, replicando as palavras de Vaz (2006) que o risco é tido como um modo de regar o prazer.

Mesmo diante de tantas probabilidades consequenciais que o risco alcança, práticas simbólicas visuais surgem de um eu reflexivo, no

qual o produtor da imagem atribui a si mesmo uma personificação a ser admirada. Esses fatos constituem considerável fragmento dos elementos construtivos da cultura da web (SOARES, 2014).

O impacto dos autorretratos nos contextos sociais e particulares é tamanho, que dentro do universo artístico a atividade passou a ser considerada gênero, abandonando assim a categoria de subgênero do retrato e tomando para si status de gênero autônomo, por conta da massificação de uma série de elementos que escapam dos limites do campo da arte. O exercício das tecnologias para a produção de imagens é voluntarioso no que diz respeito à reflexão de um eu expandido (SÁNCHEZ, 2014).

Vaz (2006) argumenta que as novas tecnologias alteram a comunicação e as vivências do corpo, por sua competência de provocar uma mediação conjunta. A presença corporal e cognitiva é construída no aqui e agora, as experiências concretizam-se velozmente, assim como se perdem envolta de tantas outras possibilidades.

Um fato que devemos considerar é a aceitação e entusiasmo que o risco oferece, não é difícil imaginarmos os prazeres que algumas práticas carregadas de risco comportam. “Uma plena aceitação do risco é a própria fonte daquela energia que gera riqueza numa economia moderna” (GIDDENS, 2007, p. 34).

Partindo dessa lógica, como lidar com a forte ameaça de ter um agravo por inserir-se em uma situação de risco, em meio a tantas oportunidades aventureiras de prazer que o risco suporta? Imagine ter diante dos olhos a conveniência de desfrutar de uma experiência prazerosa, muitos não refletiriam duas vezes, todavia, ao avaliarmos os evidenciáveis prejuízos que essa ação eventualmente possa nos apresentar, o risco desponta como ameaça. Neste sentido, Vaz (2006) afirma que:

A noção de risco quer que um indivíduo que não sofre se arrependa, não depois, mas antes de agir, e isso pela mera possibilidade de vir a sofrer. Há, portanto, uma dupla incerteza ao assediar o agente; de um lado, o sofrimento futuro é meramente possível; de

outro, nada garante ao agente no presente que ele terá o mesmo sistema de valor do observador que ele será no futuro; este poderá avaliar que ter evitado tanto as oportunidades de prazer tornou sua vida medíocre (VAZ, 2006, p. 54).

De tal modo, o risco gera dúvidas quanto aos seus efeitos devastadores e o seu sistema de valor. O sujeito que decide pendurar-se em um edifício para registrar uma *selfie* do instante arriscado, pondera os dois lados do processo: sofrer pelo previsível acidente ou padecer por não praticar a ação?

Arrependimentos e sofrimentos unem-se ao risco como um imã. São incontáveis os resultados contraproducentes que pequenas atitudes do cotidiano trazem, a vida está repleta de riscos e eles controlam e orientam diariamente a existência das pessoas.

Considerações finais

A realização deste artigo remete a realidade da contemporaneidade, uma vez que, a sociedade contemporânea vem se transformando e adquirindo práticas sociais entrelaçadas a vida virtual. A utilização de *selfies* de risco como ferramenta de autorrepresentação na web origina mudanças no processo de sociabilidade entre os sujeitos, como também na subjetividade dessas pessoas.

As contribuições alcançadas com este artigo mostram-se essenciais para o estudo da vigente prática social de fotografar autorretratos em momentos arriscados. No entanto, não nos destinamos a formular conclusões fechadas em torno da temática. O trabalho, por sua vez, funciona como complemento e alicerce para pesquisas da área, afinal, a internet e as redes suportadas por ela passam por constantes reconfigurações, provocando alterações na utilização delas pelos indivíduos, bem como, a aplicabilidade que elas possuem na vida dos sujeitos.

Por meio desta pesquisa foi possível levantar conceitos e questionamentos acerca da prática de registrar *selfies* de risco. A ação de

fotografar essas imagens coaduna com a realidade emergente da espetacularização da vida na internet. As referências utilizadas muniram o trabalho e mostram-se importantes para o desenvolvimento de futuros trabalhos científicos.

Referências

ABDALA, Lorena. **Eu, eu mesmo e minha selfie: moda e identidade na rede**. Disponível em: <http://www.ceart.udesc.br/anaisenpmoda/anais/2.07_lorena_abdala_eu_selfie.pdf>. Acesso em: 30 set. 2015.

DEBORD, G., **A Sociedade do Espetáculo**, Tradução de Estela dos Santos Abreu, Rio de Janeiro: Editora Contraponto, 1997.

FERNANDES, Ana Maria Peixoto. **Selfie: A força comunicacional do autorretrato que as redes sociais reinventaram**. 2015. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) Universidade do Minho, Portugal.

GIDDENS, Anthony. SUTTON, Philip W. **Conceitos Essenciais da Sociologia**. Tradução Cláudia Freire. 1ed. São Paulo: Editora Unesp, 2016.

GIDDENS, Anthony. **Mundo em descontrole: o que a globalização está fazendo de nós**. 6ed. Rio de Janeiro: Record, 2007.

GOFFMAN, Erving. **A representação do eu na vida cotidiana**. Petrópolis: Vozes, 1985.

OLIVEIRA, Sarah Ovídio de; FREITAS, João Alcântara de. Mobilidade Imaginativa e Sociabilidade: estudo exploratório sobre o fenômeno das selfeets. In: **Trama: Indústria Criativa em Revista**. Dossiê: Mobilidades e Cotidiano. Ano 1, vol.1, janeiro-julho de 2016: 73-91. ISSN: 2447-7516.

SANCHEZ, Leila Ali. **Identidades Expandidas: arte e redes sociais na internet**. 2014. Dissertação (Mestrado em Estética e História da Arte) – Universidade de São Paulo – USP, São Paulo – SP.

SIBILIA, Paula. **O show do eu: a intimidade como espetáculo**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008.

SOARES, L. S. **Do autorretrato ao selfie: um breve histórico da fotografia de si mesmo**. Ciência e Cultura, n. 48, p. 179-193. Curitiba: Tuiuti, 2014.

Disponível em: http://www.utp.br/tuiuticienciaecultura/ciclo_4/tcc_48_hist_da_ccao/pdf_48/art_12.pdf. Acesso em: 10 jun. 2016.

THOMPSON, John B. A nova visibilidade. **MATRIZES**, Brasil, Dossiê, n. 2, 2008. Disponível em: <http://revistas.usp.br/matrizes/article/view/38190/40930>. Acesso em: 19 nov. 2016.

VAZ, Paulo. Consumo e risco: mídia e experiência do corpo na atualidade. **Comunicação, Mídia e Consumo** (São Paulo), São Paulo, v. 3, n.6, p. 37-62, 2006.

PRÁTICAS DISCURSIVAS E RELAÇÕES DE PODER: ALGUMAS CHAVES DE LEITURA PARA OS ESTUDOS DA MÍDIA

Geilson Fernandes de Oliveira
Maria das Graças Pinto Coelho

O presente trabalho, caracterizado como um ensaio de caráter teórico, tem como objetivo discutir sobre os conceitos de discurso, práticas discursivas e relações de poder na obra do filósofo francês Michel Foucault (1926-1984), a fim de identificar os seus desdobramentos e pensar as suas possíveis aplicações nos estudos que versam sobre a mídia e as suas práticas sociais. Como procedimento metodológico, utiliza-se do método bibliográfico, de modo que foram selecionados textos do autor supracitado que abordassem a temática indicada, salientando que foram priorizadas as fontes de ordem primárias. Através das leituras, procede-se a um esquadrinhamento das noções chave buscando a sua compreensão e problematização.

As práticas discursivas

O conceito de práticas discursivas é central no pensamento desenvolvido por Michel Foucault. Mais do que um simples ato de fala ou performances recorrentes em discursos corriqueiros, o discurso e as suas práticas, conforme Foucault (2013b) é aquilo que nos forma e nos produz enquanto sujeitos. Levando em consideração esta acepção, é importante ressaltar que ao se falar em discurso ou prática discursiva no sentido foucaultiano, não nos referimos ao sentido comum que este termo é utilizado no cotidiano.

Na trajetória desenvolvida por Foucault, podemos identificar a presença do discurso em seus três momentos de reflexões e produções: na arqueologia, na genealogia e na ética de si. Em seu primeiro momento, no projeto arqueológico, o autor buscou analisar a constituição dos saberes, tomando como perspectiva a noção de discurso. Por meio de um trabalho semelhante ao de um arqueólogo, Foucault buscava nos “subterrâneos do conhecimento” como se constituiu o saber verdadeiro, ou o saber tido como verdadeiro. É neste momento em que ele desenvolve as suas pesquisas voltadas ao nascimento da clínica e à história da loucura.

Em ambas as obras, são perceptíveis a presença da noção de discurso e a sua importância para se compreender os fenômenos investigados. Neste ínterim, verificou-se que, ao longo da história, foi constituído por meio dos discursos e suas práticas um saber sobre o louco e a sua condição, saber este que o excluiu e o interditou da vida pública em sociedade. De igual modo, percebeu-se como através do discurso foi se constituindo um saber médico sobre o outro, o qual possibilitou o nascimento da clínica.

Com a *arqueologia do saber*, são encontrados os vestígios do saber que proporcionaram as concepções subsequentes do *saber verdadeiro*. No entanto, a análise da constituição destes saberes ainda não era tida como suficiente para Foucault (2013b), de modo que este passou a questionar o porquê da validação destes saberes e não de outros,

bem como, quais seriam as condições de possibilidades que ocasionaram o surgimento destes saberes e discursos de verdade e não outros. É diante destes questionamentos que o autor inicia suas reflexões sobre aquilo que alguns de seus leitores categorizam como a segunda fase de Michel Foucault: a genealogia.

Em prosseguimento às suas pesquisas, a genealogia é incorporada à arqueologia, formando-se, então, o projeto arqueogenialógico. Como enfatizado anteriormente, para Foucault, já não bastava saber como os saberes se constituíram, mas o porquê de terem se constituído de tal forma. Com isto, a analítica do poder e suas relações com o saber emergem nas produções foucaultianas. Não que esta analítica já não fizesse parte de seus trabalhos anteriores, mas passa a partir de então a ter maior espaço. Com efeito, observa-se a presença do poder, ou como bem destaca o autor, da rede de micropoderes no processo de engendramento e constituição dos saberes e verdades, assim como a presença desta malha de poderes como aspectos possibilitadores do surgimento de determinados saberes e não outros (FOUCAULT, 2013a).

Pondo-se a partir de condições dadas, históricas e sociais, que possibilitaram o seu surgimento e a sua enunciação em dado momento histórico e não em outro, possuindo um *a priori* específico, as práticas discursivas emergem a partir de condições dadas, dispersas e múltiplas, dependendo de regularidades específicas, as quais compõem uma formação discursiva que interdita e exclui determinados discursos, revelando assim relações de poder.

Foucault (2013a, 2013b) afirma que ao mesmo tempo em que alguns saberes emergem e são validados como verdadeiros outros são dominados, desconsiderados em meio à mecânica característica do poder.

Neste sentido, é válido destacar que mais uma vez o conceito de discurso postulado pelo autor como uma prática de ordem social e histórica, é colocado de modo central, pois, sendo atravessado por relações de poder, o discurso seria um dos principais mecanismos pelo

quais o poder se efetiva. De todo modo, é percebido que o entrelaçamento do poder em todas as instâncias da vida não é algo somente negativo, como por muito tempo se pressupôs, mas é algo que também produz, engendra, constitui saber. É neste sentido que passaram a serem observadas e analisadas as relações do poder com o sujeito e, de igual modo, a importância dos discursos verdadeiros de si para consigo para uma ética de si, podendo corroborar para o cuidado de si e consequentemente, uma estética da existência, como pode ser observado nos textos da denominada terceira fase do autor – mais voltados para a questão da ética e cuidado de si.

Como pode ser visto, a noção de discurso perpassa todo o trabalho de Foucault. O filósofo inaugura o sentido de discurso como uma coisa de fato cotidiana, uma prática que faz parte da vida do sujeito, mas que é ao mesmo tempo algo cinzento, possuidor de uma materialidade na qual poderes, perigos, lutas e dominações estão imersos. De igual modo, desconsidera concepções nas quais o discurso é reduzido ao léxico ou à semântica textual.

[...] gostaria de mostrar que os “discursos”, tais como podemos ouvi-los, tais como podemos lê-los sob a forma de texto, não são, como se poderia esperar, um puro e simples entrecruzamento de coisas e de palavras: trama obscura das coisas, cadeia manifesta, visível e colorida das palavras; gostaria de mostrar que o discurso não é uma estreita superfície de contato, ou de confronto, entre uma realidade e uma língua, o intrincamento entre um léxico e uma experiência; gostaria de mostrar, por meio de exemplos precisos, que, analisando os próprios discursos, vemos se desfazerem os laços aparentemente tão fortes entre as palavras e as coisas, e destacar-se um conjunto de regras, próprias da prática discursiva (FOUCAULT, 2013b, p. 59-60).

O autor também demonstra sua rejeição à percepção de discurso como um conjunto de signos, visto como um elemento que possui um significante dado. Obviamente, destaca o filósofo, os discursos são também compostos de signos, mas possuem algo a mais, e é justamente este “mais” que tem que ser buscado e analisado. Esse algo

a mais pode ser encontrado, afirma o autor, quando fazemos alguns questionamentos relativos sobre o porquê da recorrência de dado discurso na contemporaneidade e não outro, bem como acerca de quais são as condições de possibilidade que favoreceram o seu surgimento e impulsionam a sua emergência e, de que forma estes discursos buscam se efetivar através de suas práticas.

Diante destes questionamentos, é importante remetermos a questões relacionadas aos saberes e a própria história. Além disso, cabem ainda reflexões sobre o papel do enunciado para o campo discursivo, tendo em vista que este, e não outro, é tido como a unidade elementar do discurso, e de igual modo, a inscrição dos enunciados que formam o discurso no jogo de sua instância de produção.

O enunciado é definido por Foucault (2013b) como uma função de existência, o qual cruza um domínio de estruturas e unidades possíveis, podendo aparecer e reaparecer com sentidos distintos, de acordo com o espaço e o tempo. O enunciado, no sentido trabalhado por Foucault, não pode ser confundido com uma frase, oração, proposição ou ato de fala, pois, não está ligado a uma ordem gramatical ou puramente linguística, possuindo outras especificidades, entre as quais se destaca a variação de seus sentidos dependendo mais uma vez do espaço e tempo no qual se insere. O enunciado é um objeto específico e paradoxal, o qual não pode ser tido como uma coisa dita de forma definitiva, ao contrário, possui uma materialidade e *status*, faz parte de redes de sentidos construídos a partir de determinadas práticas, nas quais transferências, modificações, operações e estratégias são possíveis.

Com um modo de ser singular, o enunciado não é inteiramente linguístico, muito menos exclusivamente material e histórico. Pode-se dizer que é uma função de existência que atravessa estruturas e unidades, induzindo o aparecimento de conteúdos e discursos marcados pelas suas condições de produção. O enunciado é a unidade elementar do discurso. Assim, é a sua existência em variadas formas, de proximidade, como forma de reforçar, contradizer ou negar um

com relação ao outro, que se constitui o discurso.

Ainda no que diz respeito à sua existência, reforça-se que o enunciado é sempre apresentado por meio de uma espessura material, mesmo que momentânea e fadada ao desaparecimento. Esta materialidade desempenha uma função de suma importância, já que passa a ser constitutiva do próprio enunciado, pois, quando os requisitos materiais se modificam, a sua identidade é modificada. Deste modo, quando ocorrem tais modificações materiais, também é modificada a sua função de existência, isto é, os seus modos e cenas de enunciação. Nos estudos voltados para o campo das mídias, esta questão pode ser entendida quando promovemos reflexões acerca das práticas discursivas de determinados meios, as quais vão ser distintas de acordo com os suportes a que pertencem. Nesta perspectiva, um discurso enunciado no rádio nunca será igual a um discurso enunciado na televisão ou portal da internet, pois por mais que haja semelhanças, suas espessuras materiais, assim como os seus locais de enunciação são distintos, o que requer olhares diferenciados. Evidencia-se, assim, uma diferença entre enunciado e enunciação, sendo este último o momento ou a cena em que o primeiro irrompe.

Reconhece-se que um mesmo enunciado pode ser repetível, recorrente, mas que a sua enunciação nunca será a mesma, mas variável de acordo com a sua materialidade e momento histórico. Ao conjunto de enunciados, Foucault chamará de discurso, considerando as suas especificidades, as quais poderão apoiar e compor uma mesma formação discursiva.

Por formação discursiva (FD), pode-se entender a conjunção de diversos enunciados, possuidores de semelhante sistema de dispersão, bem como de regularidades que os formam enquanto tal.

No caso em que se puder descrever, entre um certo número de enunciados, semelhante sistema de dispersão, e no caso em que entre objetos, os tipos de enunciação, os conceitos, as escolhas temáticas, se puder definir uma regularidade (uma ordem, correlações, posições e funcionamentos, transformações), diremos por

convenção, que se trata de uma *formação discursiva* – evitando, assim, palavras demasiado carregadas de condições e consequências, inadequadas, aliás, para designar semelhante dispersão, tais como “ciência”, ou “ideologia”, ou “teoria”, ou “domínio de objetividade” (FOUCAULT, 2013b, p. 47).

As formações discursivas seriam demarcadoras das regiões do sentido, por exemplo, os enunciados sobre os discursos clínicos seriam uma FD, da mídia e seus aconselhamentos outra, do discurso da história natural outra, e assim sucessivamente. No entanto, as FD's não são imóveis, estáticas, muito menos definitivas (FOUCAULT, 2013b, p. 87). As suas especificidades possuem processos próprios de mutações os quais podem tanto aproximar os enunciados, como também excluí-los. As FD's possuem um esquema baseado em um feixe complexo de relações e são diretamente ligadas às condições históricas em que transitam.

Este é outro ponto fundamental da reflexão sobre os discursos, pois, estes são intrinsecamente ligados à história, às suas instâncias de produção, ou seja, às redes de relações a partir das quais os discursos emergem e são engendrados. A concepção de práticas discursivas, inclusive, traz referências diretas a sua vinculação com a história.

Não se pode confundi-la com a operação expressiva pela qual um indivíduo formula uma ideia, um desejo, uma imagem; nem com a atividade racional que pode funcionar em um sistema de inferência; nem com a competência de um sujeito falante quando constrói as frases gramaticais; é um conjunto de regras anônimas, históricas, sempre determinadas no tempo e no espaço, que definiram para uma época dada e para uma área social, econômica, geográfica ou linguística dada, as condições de exercício da função enunciativa (FOUCAULT, 2013b, 153-154).

A relação entre discurso e história é explicitada desde a noção de enunciado, já que este possui uma relação direta com a memória, na medida em que a sua constituição se dá por meio da repetição e atualização/reatualização de outros enunciados, podendo tanto reforçar

quanto excluir sentidos anteriores. “[...] um enunciado tem sempre margens povoadas de outros enunciados”, afirma Foucault (2013b, p. 118). Nestes movimentos intermitentes entre enunciados (logo, discursos, práticas) com as tramas históricas, são recorrentes as relações entre esquecimento, reaparecimento e atualização/reatualização.

A arqueologia das ciências humanas empreendida por Michel Foucault propõe este deslocamento teórico e conceitual para pensarmos a história, sobretudo, a história tradicional. O autor critica o caráter de continuidade desse modelo, percebendo que a história é marcada por descontinuidades, com rupturas e regularidades, excluindo a lógica causal entre os acontecimentos. Não há, nesta visão, um lugar ou um momento da irrupção dos acontecimentos, dos discursos e de suas práticas, uma vez que eles emergem em meio a dispersão, frutos de movimentos complexos sem uma origem definida, produtos de uma trama que irrompe a partir da história e de suas descontinuidades.

Apesar de ser a fase genealógica a mais apontada como influenciada pelos escritos de Nietzsche, em sua arqueologia Foucault também demonstra a sua identificação com o legado do filósofo alemão ao enfatizar que na história tradicional há uma cultura de propagação dos grandes feitos, grandes homens e grandes conquistas, deixando-se de lado os fatos que abordam a história do cotidiano, dos sujeitos tidos como vulgares e comuns e suas produções. Foucault (2013b) nos demonstra que somente os homens envolvidos com os grandes feitos pareciam merecer o seu registro na história, revelando as relações de poder imbricadas na história tradicional e na constituição de suas práticas discursivas.

Com a reflexão desenvolvida por Foucault (2013b), o pensamento clássico de ordens e sucessões que por tanto tempo pareceu natural, passa a dar lugar a uma desordem, pautada pela dispersão e descontinuidade, modificando a ordem dos signos e discursos e suas disposições históricas, pensando, além disso, que nos processos históricos estão envolvidos não somente os homens indicados pelos grandes

feitos ou conquistas, mas também, de forma não menos importante, os sujeitos ordinários, assim, “cai por terra, portanto, a ordem do sistema das regras de sucessão e causalidades, deixando brotar as palavras de dias ordinários e os des(ni)velamentos do discurso” (MILANEZ; SANTOS, 2010, p. 50).

Não à toa, conforme Foucault (2013b), não se deve transformar a compreensão histórica em jogos de significações prévias e/ou imediatas. Antes, deve-se pensar e refletir sobre as condições de possibilidades que favorecem a sua constituição. Imaginar que existiria uma face legível sobre os acontecimentos da história, factível de compreensão imediata, poderia soar como algo ingênuo. Nota-se, com isto, uma ruptura nos sistemas de pensamento, o que motivou críticas por partes de alguns historiadores e novos rumos de reflexão para outros.

Deste modo, pode-se dizer que a partir de práticas discursivas descontínuas, observam-se regularidades, os efeitos de sentidos que se ligam e se engendram, que vão constituir as formações discursivas, que podem ser compreendidas como as regiões do sentido, formadas a partir de semelhantes sistemas de dispersão (seja de uma ordem, correlações, posições, funcionamento...). Todavia, é importante frisar que estas formações e períodos específicos não devem ser tomados como blocos imóveis ou formas estáticas, como se assim se definissem de uma vez por todas as condições de possibilidades. Deve-se pensar, ao contrário, no sentido de que “[...] não se trata, bem entendido, nem da sucessão dos instantes do tempo, nem da pluralidade dos diversos sujeitos pensantes; trata-se de cesuras que rompem o instante e dispersam o sujeito em uma pluralidade de posições e funções possíveis” (FOUCAULT, 2013b, p. 58).

Possuidores de suportes históricos e institucionais que podem possibilitar tanto o surgimento quanto o esquecimento, as práticas discursivas são amarradas ao tempo (história) e por ele nutridos. Este aspecto que nutre os discursos, seria, efetivamente, os *a priori* históricos, por meio dos quais se torna possível analisar e refletir sobre o porque do surgimento de um discurso e não outro, abolindo explica-

ções causais. Assim, tomando-se como referência os *a priori* na análise das condições de possibilidades do discurso, percebe-se a história como o campo das formações discursivas (GREGOLIN, 2003, p. 90-91). Esta seria, afirma Foucault (2013b), uma positividade do saber, ou seja, a possibilidade de reflexão sobre as condições de exercício da função enunciativa, pois:

O objeto não espera nos limbos a ordem que vai libertá-lo e permitir-lhe que se encarne em uma visível e loquaz objetividade, ele não preexiste a si mesmo, retido por algum obstáculo aos primeiros contornos da luz, mas existe sob as condições positivas de um feixe complexo de relações (FOUCAULT, 2013b, p. 54-55).

Foucault propõe em sua arqueologia a História Nova, questionando-se “como apareceu um enunciado e não outro no seu lugar?” (2013b, p. 33). A resposta para este questionamento está atrelada às positivities do papel desempenhado pelo *a priori histórico*. Segundo o autor, o *a priori* histórico pode ser definido como o aspecto que, em uma época específica, “[...] recorta na experiência um campo de saber possível, define o modo de ser dos objetos que nele aparecem, arma o olhar cotidiano de poderes teóricos e define as condições em que se pode enunciar sobre as coisas [...]” (FOUCAULT, 2013a, p. 155).

O *a priori histórico* não busca uma validade dos juízos nem estabelecer a legitimidade dos acontecimentos ou suas condições de emergência de forma determinante, mas a forma de constituição dos discursos e acontecimentos, os princípios pelos quais eles tendem a aparecer, desaparecer ou transformar-se. Busca não a história de uma coisa não dita, mas de um fato já dado, pois é a história do que já foi propriamente dito e experienciado, por meio de regras anônimas, sempre relacionadas ao tempo e ao espaço, as quais vão definir a função enunciativa, o discurso e as suas práticas. Para Veyne (2014), não há *a priori* senão o histórico, pois, tudo é histórico e é acompanhado por singularidades e relações diversas.

Veyne (2014) postula a ideia de que por estarmos imersos em determinado momento histórico, não podemos observar e compreen-

der os acontecimentos de nossa época senão pelo prisma contemporâneo. O autor metáforiza este aspecto com os peixes no aquário, isto é, estes peixes só enxergam a realidade por meio do bocal do aquário, o qual é sempre provisório. O bocal do aquário pode ser associado ao prisma que nos é permitido enxergar os fatos e acontecimentos, o viés histórico que fazemos uso para a análise do cotidiano, sendo este apenas um bocal. Caso queiramos refletir sobre outras épocas ou analisarmos condições de possibilidades de determinados acontecimentos ou objetos, deveremos, assegura o autor, mudar o bocal, isto é, a forma de olhar. Esse outro bocal que nos permite uma visão distinta da história, mas relacionada ao agora, é o *a priori histórico*.

Ao refletirmos sobre as práticas discursivas da mídia, temos que observá-las não somente sob o viés do contemporâneo, mas por bocais que possibilitem a compreensão acerca de sua existência, analisando o seu lugar de emergência, fatores que a possibilitaram, ou seja, por múltiplos bocais, seguindo a metáfora de Veyne (2014), objetivando um entendimento mais completo e enriquecedor. Não há uma face legível sobre o fenômeno, as suas condições de existência não estão expressas nas capas dos jornais/revistas ou nos enunciados que os constitui, mas em algo que lhes é exterior.

É que as margens de um livro jamais são nítidas nem rigorosamente determinadas: além do título, das primeiras linhas, e do ponto final, além de sua configuração interna e da forma que lhe dá autonomia, ele está preso em um sistema de remissões a outros livros, outras frases: nó em uma rede (FOUCAULT, 2013b, p. 28).

As concepções da História Nova ainda nos demonstram outro aspecto: não há um fato ou um acontecimento fundante, ou seja, novo ou original, e com as práticas discursivas da mídia não é diferente. Os discursos são baseados nos já ditos, já conhecidos, outrora esquecidos, mas que retornam e ganham novas cenas de enunciação, retornam a margem do dizível, com formas de existência outras. Dessa forma, em cada prática discursiva, há a presença de outras vozes. Não há a possibilidade de criarmos dizeres e sentidos sempre novos ou origi-

nais, fundantes.

Práticas discursivas e relações de poder

A questão da analítica do poder é um dos pilares centrais das teses foucaultianas, principalmente durante a fase genealógica. A linha de pensamento desenvolvida por Foucault relacionada ao poder proporciona rupturas epistemológicas nos modos então vigentes de se pensar o poder. Até então, as percepções discutidas tratavam o poder como sendo centralizado pelo estado e/ou pelas formas jurídicas, de modo que um possuiria o poder, enquanto outros seriam despossuídos dele, isto é, dominados ou, como propunha as teses Althusserianas, o poder atuaria de forma vertical, de cima pra baixo e estaria presente nos aparelhos ideológicos de Estado.

As investigações elaboradas pelo filósofo francês (estudos sobre a formação histórica das sociedades capitalistas, sobre a instituição carcerária e o dispositivo da sexualidade) colocam em cena principalmente a seguinte inovação teórica para se refletir sobre o poder: a rejeição à identificação entre poder e aparelho de estado, considerando mais do que a existência de um poder dominante, uma rede de poderes moleculares que circulam e se expandem em toda a sociedade.

O poder é, então, percebido como algo de ordem não somente repressiva ou de dominação, mas também normalizador, disciplinador e, especialmente, produtor de saber. O poder, afirma Foucault, não possui um ponto específico, mas atravessa toda a rede social. Mais incisivamente, o autor chega a afirmar que o poder não existe, mas o que existe são relações de poder, as quais não são derivadas de uma ordem natural, muito menos uma coisa, mas, prática social constituída nas tramas históricas.

Faz-se necessário destacar que quando considera o poder como uma rede ou relação que não faz parte somente efetivamente do estado, Foucault não minimiza ou elimina este das relações de poder, mas se opõe a ideia do estado como órgão único e central do poder, ou

seja, o estado não é o detentor, mas, igualmente, parte do que o teórico denominou como uma microfísica do poder. A sua análise pontua que o poder não é algo que se detenha como uma coisa, no sentido de uma propriedade. “Não existe de um lado os que detêm o poder e de outros aqueles que se encontram alijados dele” (MACHADO, 2013, p. 13). Toda a rede social, com seus sujeitos, discursos e saberes é atravessada pelas relações de poder.

Um exemplo destas relações de poder é explicitada quando refletimos sobre a produção da verdade. Conforme Foucault (2011, 2013a) não existe verdade fora do poder, ou sem poder. A verdade é produzida pelas relações de poder e, ao mesmo tempo, produz saber, e vice-versa. Assim, pode-se dizer que as malhas de poder que impulsionaram o desenvolvimento do homem e das sociedades, muitas vezes de forma brutal, também geraram um tipo de saber, pautado no controle das ações e na adequação dos comportamentos conforme ordem estabelecida.

Podemos destacar sobre esta questão os micropoderes que se estabelecem para a instauração dos discursos de verdade. Os discursos e as suas práticas, por meio dos poderes que o atravessam, distinguem o verdadeiro do falso, o adequado do não adequado. Criam-se oposições, jogos de verdade, assim sendo, o discurso enquanto um tipo de saber mostra-se como agente não possuidor de neutralidade ou desinteresse, estando sempre vinculado às relações de poder. O saber e os discursos não são livres, salienta Foucault (2011), mas são controlados, selecionados e organizados por procedimentos. O poder, por meio de sua complexa mecânica, seria o elemento que os constitui, e é isto que favorece a produção dos seus efeitos e os seus regimes de verdade.

A mudança das percepções são efetivas. O sentido de dominação comumente atrelado ao poder também passa a ser visto sobre novos vieses. Enquanto perspectivas anteriores consideravam que uns detinham o poder e conseqüentemente eram responsáveis pela dominação de outros, Foucault ressalta que o poder constitui-se como uma

teia que atravessa e se alastra por toda a sociedade. Neste sentido, seria responsável por uma relação de forças, na qual alguns poderiam, em determinado momento, possuir mais poder que outros, o que não caracterizaria uma relação de dominação e dominado, mas de poder e resistência. O poder e a resistência seriam também pontos móveis, distribuídos por toda a sociedade. Estas perspectivas caracterizam uma ideia não jurídica do poder, uma vez que ele deixa de ser entendido como um fenômeno ou ação que tem por principal objetivo a repressão (FOUCAULT, 2013a).

A mecânica do poder, mais do que objetivar somente a coerção, visa produzir o sujeito, discipliná-lo, normalizá-lo, dá-lhe uma docilidade-utilidade. Nesta conjuntura, o corpo é o principal alvo do poder, tendo que ser disciplinado e adestrado com o objetivo de tornar-se cada vez mais útil e dócil, em outras palavras, produtivo.

As disciplinas seriam os métodos que permitem o controle minucioso das operações do corpo, assegurando-lhe a constância de sua sujeição e impondo uma relação de docilidade – utilidade. Amparando-se em Foucault, Machado assegura que o poder disciplinar, “[...] trabalha o corpo dos homens, manipula seus elementos, produz seu comportamento, enfim, fabrica o tipo de homem necessário ao funcionamento e à manutenção da sociedade industrial, capitalista” (MACHADO, 2013, p. 21-22). Disciplinados, os sujeitos tornam-se mais úteis e produtivos aos sistemas sociais vigentes. Como forma de controlar este disciplinamento, a vigilância das ações é um dos instrumentos mais satisfatórios, induzindo igualmente a um adestramento do corpo.

O adestramento do corpo baseia-se na prerrogativa do controle do poder disciplinar. O corpo, o aprendizado do gesto, os modos de ação, a regulamentação do comportamento, a sexualidade, enfim, todas as esferas da vida do sujeito passam pelas técnicas de adestramento, visando uma docilização deste sujeito com relação ao mundo do qual faz parte. Tal processo, por sua vez, é em sua maioria tangenciado através das práticas discursivas que predispõem modos de com-

portamento, de sociabilidade e subjetividade. Segundo Machado, o objetivo básico do poder:

[...] não é expulsar o homem da vida social, impedir o exercício de suas atividades, e sim, gerir a vida dos homens, controlá-los em suas ações para que seja possível e viável utilizá-los ao máximo, aproveitando suas potencialidades e utilizando um sistema de aperfeiçoamento gradual e contínuo de suas capacidades (MACHADO, 2013, p. 20).

Há, no entanto, aqueles que não conseguem atender às ordens estabelecidas pelas formas de controle e disciplina e são interditados ou excluídos pela mecânica do poder, são vistos como anormais, improdutivos, mas não deixam de ser individualizados por meio das relações disciplinares de poder. Um exemplo disso são os loucos, enquadrados e individualizados pelas relações de poder-saber existentes nos mecanismos que compõem o hospício, instituição produtora de discursos de verdades. É através das práticas discursivas e suas relações de poder e saber, neste sentido, que é instituído o sentido de loucura e a figura do louco.

Fernandes (2012) explicita que de certo modo, todas essas formas de poder são perpassadas pelo biopoder, tipo de poder que objetiva o gerenciamento da própria vida. “O poder organiza-se em torno da vida; já, portanto, uma biopolítica investida em biopoderes” (FERNANDES, 2012, p. 52). Segundo o autor, quer seja o poder disciplinar ou da governamentalidade, o biopoder atravessa e constitui os sujeitos e as suas vidas.

A análise do exercício do poder sobre a vida caracteriza-se como um deslocamento nas análises precedentes sobre o poder empreendidas por Michel Foucault. O deslocamento se dá com a passagem da análise das normas disciplinares e dos exercícios de poder para a análise do exercício do poder aos procedimentos de governamentalidade. Considerada como um conjunto de procedimentos que visam dirigir a conduta dos sujeitos, a governamentalidade é apresentada por Foucault de dois modos: inicialmente como poder pastoral de

governo e posteriormente como razão do estado.

De origem religiosa, o poder pastoral foi inexistente entre os gregos e os romanos, afirma Foucault. Somente com o cristianismo que passa a se desenvolver durante a Idade Média. Em sua característica principal, nota-se o projeto de dirigir os homens em todos os detalhes de sua vida, desde o seu nascimento até a morte. A intenção era induzir um comportamento que pudesse levar os homens à salvação. O cristianismo e os seus pressupostos favoreceram as perspectivas do poder pastoral, colocando os homens como partes de um rebanho que deveria ser obediente, enquanto outros seriam os pastores e responsáveis por indicar o caminho a ser seguido. Ao pastor, cabia o encargo de todas as vidas do rebanho, que deveriam demonstrar total obediência.

O poder pastoral não era exercido sobre um território nem sobre um indivíduo em específico, mas em um grupo múltiplo. As técnicas de confissão são partes que compõem este tipo de poder, pois, ao se desviarem do poder pastoral, os sujeitos do rebanho tinham a chance do exame de consciência, de renovarem a sua condição e direção espiritual. Machado (2013) indica que o outro tipo de gestão e governamentalidade dos sujeitos abordado por Foucault é referente a arte de governar desenvolvida pelo estado.

Com a formação dos estados-nações percebe-se a necessidade de uma arte de governar e gerir a vida dos sujeitos. Com isto emerge a gênese do Estado através do desenvolvimento das práticas de governo, as quais têm como objetivo a população. Assim, vão se desenvolvendo como formas de governamentalidade saberes e dispositivos de segurança, mecanismos básicos para gerir a vida dos homens em sociedade.

Observemos que tanto no poder pastoral quanto nas artes de governar desenvolvidas pelo estado, são perceptíveis como a vida em todas as suas instâncias passa a ser o principal meio e objeto das relações de poder. As relações de poder ganham dimensões outras, demarcadas pelas suas instâncias histórico-sociais de produção. Atre-

lada à perspectiva de governamentalidade, saem dos territórios de entrincheiramento os biopoderes, em um cenário em que o local e o global confundem-se e ganham a cada dia novas dimensões.

Tanto a vida quanto a morte tornam-se questões inerentes à concepção de biopoder, tipo de poder que visa o gerenciamento da vida e do corpo social como um todo. Sobre o biopoder, Machado destaca: “Questões como as do nascimento e da mortalidade, do nível de vida e da duração da vida estão ligadas não apenas a um poder disciplinar, mas a um tipo de poder que se exerce no âmbito da espécie, da população, com o objetivo de gerir a vida do corpo social” (MACHADO, 2013, p. 29).

As campanhas contra a mortalidade, relativas ao casamento, doenças e vacinações, as quais são expressas através das práticas discursivas, são consideradas tipos expressivos de políticas pautadas pelos biopoderes. O biopoder não deixa de operar enquanto processo de normalização e disciplinarização, aspectos referentes ao poder disciplinar, ampliando-os. O disciplinamento se faz não mais somente de forma individual, mas pelo gerenciamento de grupos, sociedades inteiras, direcionando-as segundo as condutas colocadas pela governamentalidade. Tais condutas produzem aquilo que Prado (2013) denomina como convocações biopolíticas, no sentido de que em nenhum outro período da história senão esse em que estamos vivendo o sujeito foi/é tão induzido a determinar suas ações segundo as normas colocadas pelos biopoderes característico de nossa sociedade, constituindo-se em uma verdadeira biopolítica. Tais normas e formas para o comportamento do sujeito são amplamente difundidas através das práticas discursivas da mídia, as quais são permeadas pelas relações de poder e saber.

Considerações finais

As discussões em torno da questão das práticas discursivas e suas relações de poder estão amplamente presentes na obra do filósofo

francês Michel Foucault. Neste trabalho, tivemos a intenção de esquadrihar estes conceitos a fim de melhor entendermos as suas possíveis imbricações e desdobramentos, visando as suas possibilidades de aplicação aos estudos da mídia.

Com efeito, observa-se a relevância e fôlego das discussões empreendidas pelo filósofo para compreendermos como as práticas discursivas nunca são neutras e muito menos óbvias, tendo em vista a necessidade de questionarmos as suas condições de possibilidade, o que tangencia discussões relativas à história, assim como também a necessidade de problematizar a partir de uma perspectiva genealógica as relações de poder que possui.

Tais conceitos e discussões podem ser de grande valia para os estudos da mídia na contemporaneidade, considerando-se que em nossos dias a mídia é uma das principais responsáveis pela produção de discursos, bem como pela sua circulação. Suas práticas discursivas, por sua vez, como já afirmado anteriormente, não são neutras, mas possuem uma espessura histórica, fazem parte de uma rede mais ampla e complexa, possuem interesses específicos, são atravessadas por relações de poder e saber. Não à toa, é comum observarmos nas práticas discursivas da mídia a construção de narrativas que se dizem verdadeiras, evidenciando uma vontade de verdade, a qual é amparada por relações de poder que buscam distinguir o verdadeiro do falso. Isto pode ser facilmente percebido, sejam nas notícias jornalísticas, que adotam versões que muitas vezes não problematizam questões importantes, optando por um viés que lhes sejam politicamente mais interessantes; nas práticas discursivas corriqueiras dos produtos e discursos de autoajuda, amplamente difundidos na mídia, quando revistas ou programas de entretenimento trazem receitas de como emagrecer ou encontrar o/a parceiro/a ideal, a partir de modelos pré-determinados que colocam a margem, interditam ou excluem biótipos, comportamentos ou ideais dissonantes; etc..

Frente a estes fatores, acreditamos que a compreensão dos conceitos até aqui trabalhados podem fornecer pistas interessantes

e olhares profícuos para entendermos e problematizarmos o lugar da mídia e a constituição de suas práticas em nossa sociedade. Com efeito, de acordo com as possibilidades de cada objeto ou viés de pesquisa, pois como diz o próprio Foucault, toda teoria é provisória e tem os seus próprios limites.

Referências

FERNANDES, Cleudemar Alves. **Discurso e sujeito em Michel Foucault**. São Paulo: Intermeios, 2012.

FOUCAULT, Michel. **Microfísica do poder**. 26.ed. São Paulo: Graal, 2013a.

FOUCAULT, Michel. **A arqueologia do saber**. 8.ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2013b.

FOUCAULT, Michel. **A ordem do discurso**. 21ed. São Paulo: Loyola: 2011.

FOUCAULT, Michel. **O governo de si e dos outros**: curso no Colleege de France (1982-1983). Tradução Eduardo Brandão. São Paulo: Editora WMF Martins Fontes, 2010.

FOUCAULT, Michel. **Vigiar e Punir**. Tradução Raquel Ramalhete. Petrópolis: Vozes, 2003.

GREGOLIN, M. R. O acontecimento discursivo na mídia: metáfora de uma breve história do tempo. In: GREGOLIN, Maria do Rosário. (Org.). **Discurso e mídia**: a cultura do espetáculo. São Carlos: Claraluz, 2003.

GREGOLIN, Maria do Rosário. (Org.). **Discurso e mídia**: a cultura do espetáculo. São Carlos: Claraluz, 2003.

MACHADO, R. Introdução: por uma genealogia do poder. In: FOUCAULT, M. **Microfísica do poder**. 26.ed. São Paulo: Graal, 2013a.

MILANEZ, Nilton; SANTOS, Janaina de Jesus. Geometria discursiva entre Nietzsche e Foucault. In: MILANEZ, Nilton; GASPAS, Nádea Regina. (Orgs.). **A (des)ordem do discurso**. São Paulo: Contexto, 2010.

PRADO, José Luiz Aidar. **Convocações biopolíticas dos dispositivos comunicacionais**. São Paulo: EDUC: FAPESP, 2013.

VEYNE, Paul. **Foucault, seu pensamento, sua pessoa**. Trad. Marcelo Jacques de Moraes. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2014.

#SHOWDOSATRASADOS DO ENEM: A ESPETACULARIZAÇÃO DOS CANDIDATOS EM BUSCA DA PROPAGABILIDADE DO HUMOR

Celly Sayonara Soares Maia
Maria Beatriz Silva de Andrade

Este trabalho busca compreender como a produção de conteúdo do portal de humor Não Salvo, realizada durante o período de aplicação de provas do Exame Nacional do Ensino Médio (Enem), contribuiu para espetacularizar e comicizar o atraso dos estudantes na chegada para a realização do exame, através de *memes* veiculados nas redes sociais e no site de humor. Realizamos essa análise por meio do estudo de caso com uma observação não participativa, e assim perceber que as informações difundidas na Internet não são feitas de forma aleatória, e possuem um forte componente relacionado ao capital social.

Introdução

As redes sociais podem ser entendidas como um tipo de relação entre seres humanos pautada pela flexibilidade de sua estrutura e pela dinâmica entre seus participantes, é relevante ressaltar que apesar de relativamente antiga nas ciências humanas, a ideia de rede ganhou mais força quando a tecnologia auxiliou a construção de redes sociais online, conectadas pela *internet*, com a interação via mídias digitais.

Cada rede social tem sua própria dinâmica, e isso está ligada de alguma maneira a própria arquitetura da tecnologia sobre a qual é construída a interação social. Em termos de estrutura, uma rede é formada por atores que, por sua vez, se ligam em nós. Os atores não precisam ser necessariamente um ser humano: uma empresa pode ser considerada um “ator” em determinada rede – a palavra “ator”, no âmbito das redes, está ligada à ação.

Raquel Recuero (2009) apoiada no pensamento de vários autores afirma que uma rede social é definida como um conjunto de dois elementos: atores (pessoas, instituições ou grupos; os nós da rede) e suas conexões (interações ou laços sociais).

Pensando em seu sentido mais amplo, a presença nas redes sociais relaciona-se com a capacidade de difundir informações através das conexões existentes entre os atores. Essa habilidade alterou de forma significativa os fluxos de informação dentro da própria rede, proporcionando a difusão de informações de forma mais rápida e mais interativa. Tal mudança criou novos canais e, ao mesmo tempo, uma pluralidade de novas informações circulando nos grupos sociais, possibilitando diversas manifestações e afirmações em busca de identidade, visibilidade e engajamento nas redes.

Nesta breve análise, buscamos compreender como a produção de conteúdo do portal de humor Não Salvo, realizada durante o período de aplicação de provas do Exame Nacional do Ensino Médio (Enem), contribuiu para espetacularizar e comicizar o atraso dos estudantes na chegada para a realização do exame através de *memes*

veiculados nas redes sociais e no site de humor.

Para tanto este artigo foi desenvolvido por meio de um estudo de caso¹, com características de pesquisa qualitativa tradicional, pois refere-se ao levantamento com mais profundidade de determinado caso ou grupo humano sob todos os aspectos. O estudo foi dirigido a um único objeto, nesse caso o site de humor NaoSalvo, por meio de uma observação não participativa, atuando como um espectador/leitor do conteúdo.

Contribuíram para o arcabouço teórico deste trabalho o pensamento e a análise de autores como Bardin (2004), Castells (2013), Gabriel (2012), Recuero (2009), entre outros.

Primeiros conceitos

O Exame Nacional do Ensino Médio

Idealizado para avaliar o desempenho do estudante ao fim da escolaridade básica, o Exame Nacional do Ensino Médio (Enem) foi implementado em 1998 e era inicialmente direcionado aos alunos que estavam concluindo ou que já haviam concluído o ensino médio em anos anteriores.

Nos últimos anos o exame passou por reformulações, e adquiriu uma série de funções, uma delas foi ser utilizado como um vestibular nacional em substituição aos vestibulares de uma série de universidades públicas. Com a nota do Enem, o estudante pode se inscrever no Sistema de Seleção Unificada (Sisu), sistema criado pelo governo para selecionar alunos para as instituições públicas de ensino supe-

1 A análise qualitativa que é maleável no seu funcionamento deve ser também maleável na utilização dos seus índices. As manifestações da mesma realidade pela comunicação podem modificar-se rapidamente, particularmente na propaganda ou na psicoterapia, em que as condições da produção, por vezes, se transformam bruscamente. Por outras palavras, os índices são instáveis, e uma resistência por parte do analista à mudança será tanto mais nefasta quanto o procedimento qualitativo fundo a sua interpretação em elementos escassos (BARDIN, 2004, p. 142).

rior. O candidato pode escolher dois cursos de graduação, de diversas instituições brasileiras, de todos os Estados brasileiros. A cada dia o sistema gera as notas de corte das carreiras e assim o estudante pode ter ideia se sua pontuação é suficiente para ser aprovado no curso pretendido. Cerca de 500 universidades já usam o resultado do exame como critério de seleção para o ingresso no ensino superior, seja complementando ou substituindo o vestibular.

Os estudantes também utilizam o Enem para conseguir uma bolsa de estudos em uma universidade particular por meio do Programa Universidade Para Todos (Prouni). Este programa do governo federal oferece bolsas de estudo parciais, de 50%, e integrais, a estudantes de baixa renda. Para participar, o estudante precisa ter tirado no mínimo 400 pontos no Enem.

Outro programa de acesso ao ensino superior que exige o Enem é o Fundo de Financiamento Estudantil (Fies), que concede bolsas restituíveis a estudantes que não tem condições de pagar as mensalidades da graduação. O Fies funciona como um empréstimo: o aluno completa o curso com bolsa, e depois de formado paga a dívida ao governo, com juros mais baixos, de 3,4% ao ano. O Enem também é necessário para os estudantes de graduação que queiram fazer um intercâmbio no exterior pelo programa Ciência sem Fronteiras. A bolsa inclui todos os gastos e é voltada prioritariamente para áreas de engenharia, tecnologia, biologia e ambiental.

Com o Enem, o candidato também consegue emitir o Certificado de Conclusão do Ensino Médio. É necessário tirar 450 pontos nas provas objetivas e 500 na redação para receber o diploma do colégio através do exame.

O exame é composto por quatro provas objetivas, com 45 questões de múltipla escolha cada, e uma redação. No primeiro dia a prova tem duração de quatro horas e 30 minutos e são aplicadas as avaliações sobre as Ciências Humanas e suas Tecnologias e Ciências da Natureza e suas Tecnologias. No segundo dia são as provas de Linguagens, Códigos e suas Tecnologias, Redação e Matemática e suas Tecnolo-

gias, com duração de cinco horas e trinta minutos.

No balanço das inscrições para o Exame Nacional do Ensino Médio (Enem) 2016, o Ministério da Educação (MEC) divulgou que, no total, foram registradas 9.276.328 inscrições. O número é superior ao da edição de 2015, que teve 8.478.096 inscritos, mas ainda inferior ao recorde de 2014, que bateu 9,5 milhões.

Redes sociais

As redes sociais estão presentes na sociedade e se encontram no foco das principais discussões que ocorrem no país, além disso, assumiram um papel importante na difusão e fluxo de informações. Muitos dos conteúdos produzidos nas redes começaram a pautar a grande mídia para diversos temas

De acordo com Recuero:

Os sistemas sociais e as redes sociais, assim, estão em constante mudança. Essa mudança não é necessariamente negativa, mas implica o aparecimento de novos padrões estruturais. A mediação de relações sociais. As pessoas adaptaram-se aos novos tempos, utilizando a rede para formar novos padrões de interação e criando novas formas de sociabilidade e novas organizações sociais (2009, p.88)

Para esse estudo é importante compreender a diferença entre mídias sociais, redes sociais e mídias digitais. As mídias sociais são meios de comunicação livres e que qualquer pessoa pode publicar conteúdo, como por exemplo os *blogs*, que são uma ferramenta que permite uma grande facilidade na propagação de informações e conteúdo.

A rede social é uma conexão de pessoas, que visa o compartilhamento de informações, valores e objetivos em comum. Uma vez inscritos, os chamados membros, podem expor seu perfil com dados como fotos pessoais, textos, mensagens e vídeos, além de interagir com outros membros, criando listas de amigos e comunidades. É possível afirmar que as redes sociais são um dos tipos de mídias so-

ciais, já que as redes sociais também possibilitam a criação de conteúdo. Por fim, temos a mídia digital, que se caracteriza pela difusão de conteúdo fora dos meios de comunicação em massa, além de ser a única que tem relação exclusivamente com elementos tecnológicos, representada por plataformas como jogos *online*, *banners* eletrônicos, celular e a televisão digital.

Nas redes sociais os laços tendem a ser menos rígidas. Em geral, são formados a partir de interesses, temas e valores compartilhados, mas sem a força das instituições e com a dinâmica de interação específica. A comunicação pela *internet* proporciona interações que geram fluxos de informações.

Podemos dizer que uma das principais características das redes sociais é seu caráter relacional. Trata-se de uma relação entre relações, isto é, uma perspectiva mútua e recíproca sobre a maneira como as pessoas interagem. Em outras palavras, não interessa apenas como dois indivíduos se ligam, mas também a maneira como essa interação interfere nas outras - daí a perspectiva de uma relação entre relações.

Atualmente a possibilidade de participar das redes *online* a partir de dispositivos portáteis, como celulares e *tablets*, de alguma maneira permite a transposição contínua das barreiras entre “mundo físico” e o “mundo *online*”, em grau de complementaridade entre interações nas redes sociais digitais e àquelas desenvolvidas *offline*. De acordo com Gabriel (2012, pág. 32), “a quarta tela, dos dispositivos móveis, nos liberta dos cabos e fios para interagir a partir de qualquer lugar, em qualquer tempo, com mobilidade, nos conectando a tudo e a todos”. O acesso à informação começa na palma da mão das pessoas. Isso muda completamente a dinâmica do mercado.

Propagabilidade dos memes

Memes, uma manifestação cultural que tem ganhado destaque na internet nas últimas décadas. O conceito de *memes* foi cunhado por Richard Dawkins (2001), que discutia a cultura como produto da

replicação de ideias, que ele chamou *memes*, em seu livro “O Gene Egoísta”, publicado em 1976. A partir de uma abordagem evolucionista, Dawkins compara a evolução cultural com a evolução genética, onde o *memes* é o “gene” da cultura, que se perpetua através de seus replicadores, as pessoas. Para o autor:

Um ‘meme de ideia’ pode ser definido como uma entidade capaz de ser transmitida de um cérebro para outro. O meme da teoria de Darwin, portanto, é o fundamento essencial da ideia de que é compartilhado por todos os cérebros que a compreendem (Dawkins, 2001, p.217-218).

O estudo das características dos *memes* mostra que há valores que são criados e difundidos nas redes sociais na Internet, que são associados ao capital social. Alguns são fundamentalmente importantes para a difusão de informações, tais como a autoridade, a popularidade e a influência, que são atribuídos aos *nós*, como é o caso da *hashtag* #*ShowdosAtrasados* que influenciou a percepção das pessoas em relação aos candidatos que chegaram atrasados ao local de provas para o Enem, não considerando os reais motivos que levaram as pessoas a perderem a prova.

Recuero (2011) afirma que “esses valores são bastante influentes principalmente por conta dos sites de redes sociais. Esses sites implicam mudanças bastante expressivas nos modos através dos quais esses valores são construídos e moldados”. Primeiro porque há um maior controle disso na Internet – inclusive passível de mensuração quantitativa – ao contrário das redes off-line (quando há mais uma percepção do que uma efetiva mensuração). Segundo, porque esses valores são bastante alterados quando trazidos para a rede. Autoridade, popularidade e influência são valores relacionados com o capital social observado nas redes sociais, mas são valores diferentes entre si. São valores importantes para o estudo da difusão de informações nas redes sociais, porque podem auxiliar na compreensão de como e por que essas informações são espalhadas. Segundo a autora:

A presença de *memes* é relacionada ao capital social, na medida

em que a motivação dos usuários para espalhá-las é, direta ou indiretamente, associada a um valor de grupo. Por exemplo, as pessoas que espalham os recados com imagens acreditam estar fazendo algo positivo, que deixará aquele que recebeu a mensagem contente. Logo, há intencionalidade na construção/aprofundamento de um laço social, que é ultimamente explicado pela necessidade de capital social. (RECUERO, 2011, pág. 130).

Do mesmo modo, muitas pessoas que espalham mensagens de vírus e informações o fazem com a intenção de auxiliar e mostrar-se bem informadas, o que também pode ser associado à construção de capital social. De acordo com Jenkins (2014), hoje todo criador – seja ele uma empresa de mídia, um fã, um acadêmico, um ativista – produz material na esperança de atrair um público de interesse, e além disso, “uma boa parte do que está sendo compartilhado no momento atual é entretenimento, ainda mais porque as comunidades de fãs estiveram entre as primeiras a adotar a prática da propagabilidade”.

O conceito de propagabilidade está relacionado aos recursos técnicos que tornam mais fácil a circulação de algum tipo de conteúdo em comparação com outros, no caso em questão os *memes*. Além disso Jenkins ressalta que às estruturas econômicas que sustentam ou restringem a circulação, aos atributos de um texto de mídia que podem despertar a motivação de uma comunidade para compartilhar material e às redes sociais que ligam as pessoas por meio da troca de bytes significativos. Para o autor:

Os *memes* se espalham – quer dizer, as pessoas se envolvem ativamente com eles e/ou os remixam para que passem a existir – porque algo em determinada imagem ou frase ou vídeo ou qualquer coisa se alinha com um conjunto já definido de normas linguísticas ou culturais (JENKINS; FORD; GREEN, 2014, p. 54).

O público desempenha um papel ativo na propagação dos conteúdos. São os seus valores, interesses e propósitos que definem o que tem valor ao ponto de merecer ser propagado. Nesse processo, o público é uma peça essencial, ele atua como o propagador e gerador

de conteúdo, e se o material propagado é propagado, significa que foi feito. Seja de modo figurado, quando o conteúdo é inserido em conversas por meio de diversas plataformas ou de modo literal, quando o conteúdo é sampleado ou remixado.

Cada vez que o conteúdo for reconfigurado e compartilhado, poderá ser novamente recontextualizado por outros públicos e, assim, compartilhado novamente. Deste modo, a mídia se espalhará como um dentedeleão, ao sabor do vento.

De acordo com Jenkins, além da facilidade de acesso e compartilhamento de conteúdo por parte do público, há cinco princípios básicos que tornam o conteúdo apto a ser propagado: Jenkins, Green e Ford (2014, p. 246):

1. Disponível quando e onde o público quiser (o público precisa ter fácil acesso ao conteúdo);
2. Portátil (o público pode compartilhar um texto de mídia em diversas plataformas,);
3. Facilmente reutilizável em uma série de maneiras (o conteúdo deve ser rico o suficiente para gerar conversas, outras publicações ou até mesmo sampleamentos e remixagem);
4. Relevante para os vários públicos (relevância é fundamental e não pode ser restrita a um único grupo);
5. Parte de um fluxo constante de material (o público deve ser constantemente nutrido com conteúdo relevante e que tenha sentido em um conjunto maior).

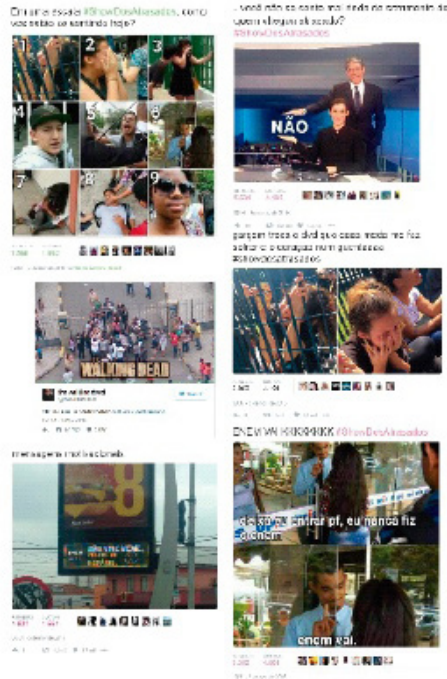


Figura 1: Enem 2016 e os memes do #ShowsAtrasados

Fonte: Purebreak, 2016 (<http://www.purebreak.com.br/noticias/enem-2016-memes-dos-atrasados-divertem-internautas-veja-as-melhores-zoeiras/46854>)

A propagação de um conteúdo se dá de forma orgânica, e é o público que toma esta decisão. “Nenhum esforço será útil se o texto de mídia criado não envolver as pessoas, fazendo com que estas se sintam tocadas e considerem que compartilhar-lo com seus amigos, transmitindo seus valores e significados” (JENKINS; GREEN; FORD, 2014, p. 249). É provável que, havendo este reconhecimento, o compartilhamento terá mais chances de acontecer. Além deste ponto podemos também destacar a necessidade de fazer parte de um

grupo e interagir com ele. Mesmo que a mensagem não atinja diretamente o receptor, por muitas vezes seu compartilhamento se dá como uma forma de socialização.

Cid Não São: humor e espetacularização do #ShowdosAtrasados

Paralelo a realização anual do Exame Nacional do Ensino Médio (Enem), o principal instrumento de acessos a várias políticas educacionais, acontece a realização do *#ShowdosAtrasados* na internet, onde a espetacularização e comicização de milhares de pessoas que são barradas de fazer o Enem. Seja por causa de poucos minutos ou mesmo segundos de atraso após o fechamento dos portões dos locais de prova. A prática que acontece já há alguns anos, se repetiu em 2016 e ganhou novos elementos com a criação de camarotes e uma grande quantidade de pessoas que se deslocavam para os locais de provas.

O portal de humor NaoSalvo, do Mauricio Cid, montou um camarote em um dos locais com maior número de candidatos em São Paulo, a Uninove Barra Funda, para assistir quem perdeu a hora e com o aviso: “Não se atrase para assistir aos atrasados” surge neste cenário, como um dos principais incentivadores, associados a outros inúmeros adeptos como um estudante curitibano que apareceu em 2015 bebendo cervejas, enquanto assistia os portões serem fechados e ao desapontamento dos candidatos atrasados ao serem barrados.



Figura 2: Camarote Atrasados do Enem 2016

Fonte: Não Salvo, 2016 (<http://www.naosalvo.com.br/os-atrasados-do-enem-2016-showdosatrasados/>)

Denominado como um portal de humor, o Não Salvo, de autoria do blogueiro Maurício Cid, surgiu em novembro de 2008. De acordo com a descrição no portal “No primeiro dia de novembro de 2008, d.C. nasceu o NaoSalvo.com.br, com o objetivo de selecionar tudo do bom e do melhor (e do pior) da internet em apenas um lugar”.

Ao longo dos anos coleciona uma quantidade de fãs e seguidores do seu site e dos perfis que possui no Twitter, Facebook e Snapchat, além de vários prêmios como o de “Melhor blog 2010” pela Folha de São Paulo, “Blog do ano” pela Youpix em 2011 e os prêmios de *troll*², agitador web e blogueiro do ano, além do prêmio #EPIC

² *Troll* é um termo utilizado como gíria na internet, designando uma pessoa cujo

Social Media SP, de acordo com o próprio site. Em novembro de 2012, o Não Salvo teve mais de 25 milhões de acessos, é considerado como um dos maiores influenciadores entre o público jovem.



Figura 3: Capa Portal Não Salvo

Fonte: Não Salvo, 2016 (<http://www.naosalvo.com.br/>)

A espetacularização e a chacota anual da tristeza e desalento, às vezes desespero, das pessoas que chegam atrasadas ao exame e encontram os portões fechados nega, ou pelo menos esconde, os obstáculos que circundam a vida do candidato até a chegada ao local de prova. Por si só, o modelo de mobilidade urbana centrado no transporte individual já produz um enorme problema para todos os candidatos das cidades grandes e médias: o trânsito nos dias de realização das provas.

O tsunami de informações, opiniões, sugestões, recomendações, conselhos e insinuações que inevitavelmente nos assola nos tortuosos itinerários de nossas vidas resulta numa “atitude blasé”³ em relação a “conhecimento, trabalho e estilo de vida” (em relação à vida em si e

comportamento ou comentário desestabiliza uma discussão; que consegue fazer com que alguém “caia” nas suas armadilhas. A partir do *troll* surgiu o ato de *trollar*, que significa zoar, chatear, tirar o sarro. Consiste em ‘sacanear’ os participantes de uma discussão em fóruns da internet, com argumentos sem sentido, apenas para enfurecer e perturbar a conversa. Atualmente, o ato de *trollar* alguém não acontece só no ambiente virtual.

3 Blasé (ou blasée, na sua forma feminina) é um adjetivo do idioma francês, que classifica a atitude de uma pessoa cética, apática ou indiferente.

a tudo que ela contém), fato já observado pelo sociólogo e filósofo alemão, Georg Simmel, no início do século passado como algo que estava surgindo primeiro entre os habitantes da “metrópole” – a grande e congestionada cidade moderna:

A essência da atitude blasé consiste na insensibilização do discernimento. Isso não significa que os objetos não sejam percebidos, como acontece com os imbecis, mas que o significado e os diferentes valores das coisas, e, portanto, as coisas em si, são vivenciados como ilusórios. À pessoa blasé, eles aparecem num tom monótono e cinzento; nenhum objeto merece sua preferência em relação a outro. (BAUMAN e DONSKIS, 2013, p. 41)

Em muitos casos os ônibus de determinados trajetos são simplesmente recolhidos à garagem nos domingos e feriados, ou seja, as empresas de transporte só oferecem seu precário serviço à população nos dias “úteis”. Se a situação já é problemática para os candidatos que se locomovem até os locais de prova em automóvel particular, imagine para aqueles que têm como única alternativa o lotado, atrasado, estressante e lento transporte público.

Como afirmam Bauman e Donskis (2013, p. 37):

Os resultados da mídia não são só políticos. Ela produz indivíduos insensíveis, cuja natureza e atenção sociais só são despertadas por estímulos sensacionais e destrutivos. A estimulação torna-se um método e uma forma de autorrealização. Coisas transformadas em rotina não encantam ninguém – é preciso tornar-se um astro ou uma vítima para atrair algum tipo de atenção de sua própria sociedade.

Afinal, são mulheres e homens, nem sempre jovens, um povo periférico, a quem a consolidação do ENEM como forma de seleção para a Universidade garante o sonho de cursá-la. Pessoas que precisam negociar duas horas de antecipação na saída do trabalho e, como se não bastasse, pela Lei de Murphy⁴, pelo patrão ou pela falta de soli-

⁴ “Se alguma coisa tem a mais remota chance de dar errado, certamente dará”. O criador dessa lei foi o capitão da Força Aérea americana, Edward Murphy, formulou sua lei em 1949

dariedade dos colegas que o julgam esnobe por desejar a universidade um imprevisto a qualquer momento.

As piadas, os memes, as risadas, e todo o processo de espetacularização que foi construído sobre os “atrasados” escamoteiam os limites da cidade desigual e centralizam o motivo dos atrasos unicamente nos indivíduos. Mais uma vez, o ideário meritocrático revive em cena: a culpa pelo fracasso e o sucesso do mérito são unicamente do sujeito, não há fatores externos que influenciam nestes resultados.

Recuero, (2009) afirma que “a popularidade e a visibilidade de um nó também atuam na construção de determinados tipos de *memes*. Um *meme* epidêmico, por exemplo, tem maiores possibilidades de iniciar em um nó muito popular e muito visível na rede”. Como é o caso do Portal NaoSalvo que possui muitos leitores que acompanham o site e seguidores nas redes sociais, o perfil de Instagram @naosalvo possui 380 mil seguidores, o do Twitter possui um milhão e cem mil seguidores e a página no Facebook possui 4.268.949 curtidas, dados de 16 de dezembro de 2016. O Portal acaba sendo um influenciador e formador de opiniões.

A reputação e a autoridade certamente ajudam, mas é ainda mais essencial que a campanha seja vista, que atinja uma grande quantidade de nós. Enquanto alguém com autoridade pode influenciar muitas pessoas, é apenas através da popularidade e da visibilidade que a campanha será conhecida, como é o caso da #*ShowdosAtrasados* que rapidamente viralizou e ganhou destaque nos noticiários. Assim, a popularidade e a visibilidade são essenciais para o alcance da propagação do *meme* na rede. No entanto a reputação e a autoridade lhe conferem algum tipo de valor e de influência.

Diante deste ideário, que naturaliza a realidade social, ou seja, mascara que transporte público e a desigualdade social, por exemplo, são o resultado da ação humana e que, portanto, não são imutáveis, não cabe repensar o modelo de cidade predominante no Brasil: uma

depois de descobrir que estavam mal conectados todos os eletrodos de um equipamento para medir os efeitos da aceleração e desaceleração em pilotos.

cidade para os carros; não cabe problematizar os limites da mobilidade urbana; nos cabe apenas rir, achar graça. Mesmo que essas questões também afetem nossas vidas.

E por falar em meritocracia, a hashtag *#ShowdosAtrasados* também evoca uma série de piadas que deixam evidente a classificação das profissões, entre aquelas de maior e menor prestígio social. Um reflexo cruel de uma sociedade em que, apesar do processo de expansão universitária da última década, o diploma acadêmico ainda se constitui como um símbolo de poder.

Diante desse contexto e uma das principais características do sistema capitalista é a capacidade de mercantilizar praticamente todas as esferas da realidade. Sob o prisma da sociedade de consumo, as necessidades humanas, desde as mais básicas às mais complexas, tornam-se passíveis de se transformar em fonte de lucro. No caso analisado, em audiências, seguidores, curtidas e compartilhamentos. Em nossa contemporaneidade qualquer indivíduo com acesso à tecnologia é um criador de espetáculo em potencial.

Como enfatizam Bauman e Donskis (2013), “em nossa sociedade tecnológica consumista, o entretenimento é preferível ao humor genuíno, que sobrevive à margem do próprio entretenimento, do poder e do prestígio”.

Considerações finais

A internet trouxe consigo possibilidades distintas de comunicação. O estabelecimento de uma conversa entre duas partes pode ser efetivado por diversas formas como canais digitais, dispositivos e pessoas. O surgimento das redes sociais permitiu a produção, divulgação e interação de conteúdo através da participação da sociedade conectada. Nos tornamos participativos, pois além de consumir determinados tipos de conteúdo podemos também criar um universo de informações, vídeos e postagens. Agora, o consumidor da informação, que, antes, era passivo, passou a ter um papel de destaque, tanto em ques-

tões sobre o feedback que está sendo apresentado, quanto na própria seleção, produção e propagação desse conteúdo.

A comunicação, em qualquer uma de suas formas, exerce um poder: o de obter engajamento, concordância. O Portal NaoSalvo proporcionou ao seu público uma interação com o site através do camarote, permitindo o encontro dos seus leitores com o Maurício Cid, responsável pelo portal.

Hoje, as redes sociais podem e são usadas na prática do jornalismo como no Portal NaoSalvo, e permitem a colaboração dos seus leitores no conteúdo postado no site, interagindo com o internauta, promovendo a relação direta e fidelização.

Não se trata mais só de disponibilizar conteúdo para o leitor, os meios de comunicação, agora, precisam estar preparados para receber o feedback com rapidez e conseguir filtrar as informações repassadas através das redes sociais.

Concluimos que as informações difundidas na Internet possuem um forte componente relacionado ao capital social percebido nessas redes. Assim, as pessoas publicam informações não de forma aleatória, mas baseada na percepção de valor contida na informação que será divulgada. Por conta disso, discutimos os diferentes tipos de memes. Desse modo as informações podem espalhar-se de forma diferente na rede, pois apontam para valores sociais diferentes.

Referências

ASSUMPÇÃO, Guilherme. **ENEM 2016: memes dos atrasados divertem internautas. Veja as melhores zoeiras!** PUREBREAK. Disponível em: <<http://www.purebreak.com.br/noticias/enem-2016-memes-dos-atrasados-divertem-internautas-veja-as-melhores-zoeiras/46854>>. Acesso em: 08 dez. 2016.

BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. 3. ed. Lisboa: Edições 70, 2004.

BARROS, Antonio. DUARTE, Jorge. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Em Comunicação**. São Paulo: Atlas, 2008.

BAUMAN, Zygmunt. DONSKIS, Leonidas. **Cegueira Moral. A perda da sensibilidade da modernidade líquida**. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

BRASIL Econômico. **#ShowDosAtrasados e #AprendiNoEnem: exame gera 4 milhões de menções no Twitter**. IG Tecnologia. Disponível em <<http://tecnologia.ig.com.br/2016-11-07/twitter-enem-2016.html>>. Acesso em: 08 dez. 2016.

CASTELLS, Manuel. **Redes de indignação e esperança. Movimentos sociais na era da internet**. Rio de Janeiro. Zahar: 2013.

ENEM. **Exame Nacional do Ensino Médio**. Inep. Disponível em <<http://portal.inep.gov.br/web/enem/enem>>. Acesso em: 08 dez. 2016.

GABRIEL, Martha. **SEM e SEO: Dominando o Marketing de Busca**. 2. Ed. São Paulo: Novatec, 2012.

JENKINS, Henry GREEN, Joshua FORD, Sam. **Cultura da conexão: criando valor e significado por meio da mídia propagável**. São Paulo: Aleph, 2014.

NÃO SALVO. **Os atrasados do Enem 2016**. Disponível em: <<http://www.naosalvo.com.br/os-atrasados-do-enem-2016-showdosatrasados/>>. Acesso em: 08 dez.2016.

_____. **Sobre**. Disponível em: <<http://www.naosalvo.com.br/sobre/>>. Acesso em 05/12/2016.

O POVO. **Atrasados para o Enem 2016 viram “memes” nas redes sociais**. Disponível em <<http://www.opovo.com.br/noticias/brasil/2016/11/atrasados-para-o-enem-2016-viram-u201cmemes-u201d-nas-redes-sociais.html>>. Acesso em: 08 dez. 2016.

PAULUSSI, Erik. **Maurício Cid, do “Não Salvo”, é exemplo de sucesso na web**. GQ GLOBO. Disponível em <<http://gq.globo.com/Prazeres/Tecnologia/noticia/2013/09/mauricio-cid-do-nao-salvo-e-exemplo-de-sucesso-na-web.html>>. Acesso em: 08 dez. 2016.

RECUERO, Raquel. **Redes Sociais na Internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009 (Coleção cibercultura).

SENSACIONALISTA. Atrasados do Enem 2016: veja a galeria de fotos e vídeos do primeiro dia. Disponível em <http://www.sensacionalista.com.br/2016/11/05/atrasados-do-enem-2016-veja-a-galeria-de-fotos-e-videos-do-primeiro-dia/>. Acesso em: 08 dez.2016.

A NARRATIVA COTIDIANA NO *STORIES*: COMO TEMOS CONSTRUÍDO A NOSSA HISTÓRIA PESSOAL NA REDE?

Kassandra Merielli Lopes Lima

Caroline Bittencourt Leite Tinóco Cruz

A narrativa pessoal adquiriu formas diferentes a partir da evolução dos dispositivos de comunicação. Com as conexões do ciberespaço, os sujeitos são atores, protagonistas e narradores que contam suas histórias a partir também das narrativas dos outros. O seguinte artigo se propõe a uma reflexão teórica de como tem sido feita a construção da narrativa biográfica em rede, através da ferramenta *stories*, principalmente em aplicativos como *Snapchat* e *Instagram*. Auxiliados por essa compreensão pragmática, busca-se referência teórica em Sibila (2008, 2016), Martín-Barbero (2014) e Recuero(2011).

Introdução

As primeiras biografias eram caracterizadas por longos relatos em que o biógrafo se responsabilizava por listar anos, fatos e acontecimentos da vida do biografado. Assim, nasceram dos textos antigos de heróis míticos aos relatos mais modernos expostos nas prateleiras de livrarias. De acordo com a lista do site PublishNews¹, em 2016, entre os livros de não-ficção mais vendidos, quatro são caracterizados como biografias: “Muito mais que 5inco minutos”, “O diário de Anne Frank”, “Maria” e “Rita Lee – uma autobiografia”.

As biografias passaram a ser uma referência quando o assunto é conhecer a narrativa pessoal de alguém, principalmente de celebridades, políticos e pensadores. Há três anos, o Brasil passou por uma grande discussão envolvendo a publicação de biografias não autorizadas por biografados. O tema ganhou notoriedade quando artistas como Caetano Veloso, Chico Buarque e Gilberto Gil resolveram criar a associação Procure Saber, com a finalidade de protestar contra a publicação de biografias não-autorizadas. Em decisão de junho de 2015, o Supremo Tribunal Federal (STF) decidiu liberar a publicação de algumas dessas biografias.

Porém, com a evolução dos dispositivos tecnológicos já não precisamos esperar que um biógrafo construa as nossas biografias ou que nós mesmos produzamos autobiografias. Ao contrário, os novos aplicativos têm permitido que a narrativa cotidiana seja construída e compartilhada em tempo real. Ao amplificar a voz do público, a internet dispôs a qualquer um a possibilidade de construir e compartilhar a própria história de vida.

Mas que tipo de narrativa pessoal temos produzido na internet através de aplicativos como *Snapchat* e da última atualização do *Instagram*? Ambos têm investido na disposição narrativa de vídeos, imagens e textos. O formato “stories”, ou seja, a história no sentido narrado e não em seu caráter oficial, é uma nova tendência do com-

¹ Lista dos livros de não-ficção mais vendidos em 2016. Disponível em: <<http://www.publishnews.com.br/ranking/anual/13/2016/0/0>>, acesso em 19 dez. de 2016, às 15h32.

portamento em rede. Os internautas narram o seu dia-a-dia através de mensagens que duram no máximo 24 horas, entre os assuntos dessas mensagens estão trivialidades e até o uso profissional da ferramenta por marcas e formadores de opinião.

Então, o que essa nova tendência revela sobre nosso comportamento em rede? Como temos utilizado essas ferramentas para narrar os fatos e acontecimentos de nossas vidas? Dessa forma, a partir deste artigo pretendemos buscar um caminho para essas e outras questões que possam surgir no intercâmbio entre narrativa, ciberespaço e biografia. A reflexão não tem caráter determinante, mas possui um tom ensaístico com a finalidade de propor uma maior discussão sobre a temática.

A narrativa biográfica em rede

Jésus Martín-Barbero (2014) foi um dos autores responsáveis por estudar um novo espaço de significado no processo comunicacional, as mediações. Em um artigo sobre diversidade, globalização e cultura, o espanhol relembra um significado que nos parece determinante para compreender a disposição da narrativa pessoal em rede. Martín-Barbero (2014) destaca a polissemia do verbo “contar” em castelhano:

É do que nos fala a preciosa polissemia em castelhano do verbo contar. Pois contar significa narrar histórias, ser considerado pelos outros; significa também fazer contas. Nesse único verbo temos a presença das duas relações constitutivas. Em primeiro lugar, a relação do contar histórias com o contar para os outros, com o ser considerado. Isso significa que para sermos reconhecidos pelos outros é indispensável contar nosso relato, já que a narração não é só expressiva, mas também constitutiva do que somos tanto individual como coletivamente. E no coletivo, em especial, as possibilidades de sermos levados em consideração, e de contar nas decisões que nos afetam, dependem da capacidade de nossos relatos darem conta da tensão entre o que somos e o que queremos

ser (MARTÍN-BARBERO, 2014, p. 20).

A história de vida não é apenas um contar, mas acima de tudo um constituir-se no mundo. Ao narrar o que somos, também imaginamos contar aquilo que pretendemos ser. Sendo dessa forma, constituídos e construídos por nossas narrativas, como também, pelas narrativas dos outros. Essa compreensão nos leva a considerar a narrativa além do texto social, para configura-la ainda ao campo da pragmática.

Os termos são variados, mas levam a mesma compreensão: história de vida, narrativa de vida, história pessoal e história oral. Porém, em Vilas-Boas (2014, p.23-24), o autor explica a diferença. “Histórias de Vida, muito empregada nas Humanidades, visa o coletivo, sem constituírem um gênero literário, as biografias enfocam, primordialmente, um indivíduo”. Já Pineau e Le Grand (2012) define as histórias de vida além das escritas do “eu”:

A história de vida, aqui definida como busca e construção de sentido a partir de fatos temporais pessoais, envolve um processo de expressão da experiência. Na sua especificidade, essa definição alarga triplamente o território das “escritas do eu”: primeiramente, fora do espaço da “grafia”, não se restringindo aos meios escritos (biografia, autobiografia, diário, memórias), mas integrando a eles a fala, ou seja, a dimensão da comunicação oral da vida. Essa definição também abre essas escritas do eu a outras mídias – fotografia, teatro, rádio, vídeo, cinema e televisão, Internet – cuja utilização atual multiplica as possibilidades naturais de expressão (PINEAU e LE GRAND, 2012, p. 15-16).

A mídia sempre se preocupou em contar a história do outro. Silverstone (2011) considera esse um dos fundamentos mais característicos desta: a poética. O termo é uma referência direta à obra do grego Aristóteles, que a partir da *Tragédia* lança as bases futuras para os Estudos Narrativos. Assim define Silverstone (2011), em a poética da mídia:

Histórias. Nós as contamos uns para os outros. Sempre fizemos isso. Histórias para consolar, surpreender, entreter. E sempre ouve

contadores de história, sentados junto à lareira, viajando de cidade em cidade, falando, escrevendo, encenando. Nossas histórias, nossos mitos e lendas populares definiram, preservaram e renovaram culturas (SILVERSTONE, 2011, p.79).

Entretanto, hoje essas histórias não estão restritas apenas à mídia enquanto instituição. Nas últimas décadas, possibilitados por circunstâncias como o aumento da banda larga, o fácil acesso a bens de consumo como computadores e celulares, e mais recentemente, com as novas tecnologias dos *smartphones*, qualquer cidadão torna-se apto a construir, produzir e publicar a própria narrativa pessoal. A internet está sendo transformada no confessionário dos tempos modernos.

Ao falar da nova práxis da narrativa em rede, Sibilia (2016, p.27) indica três dimensões de estudo das experiências subjetivas: a primeira é a singular, “cuja análise focaliza a história de cada indivíduo como sujeito único”; a segunda dimensão é a universal “que abrange todas as características comuns ao gênero humano”; e por fim, a particular ou universal, “localizada entre o plano singular e universal da experiência subjetiva, que visa a detectar aqueles elementos comuns a alguns sujeitos, mas não necessariamente inerentes a todos os seres humanos”. A autora sinaliza que é nessa terceira dimensão que consiste o escopo de análise das novas relações modernas cunhadas no ciberespaço. Essa nova práxis é permeada por uma séria exibição da intimidade, lugar em que privado não se distingue mais de público:

A rede mundial de computadores se tornou um grande laboratório, um terreno propício para experimentar e desenvolver novas subjetividades e outras formas de se relacionar com os demais. Em seus diversos canais nascem modos inovadores de ser e estar no mundo, que por vezes parecem saudavelmente excêntricos e megalomaniacos, mas outras vezes – ou ao mesmo tempo – aprofundam-se na pequenez mais rasa que se pode imaginar. Como quer que seja, não há dúvidas de que esses reluzentes espaços devem ser observados com atenção, nem que seja porque se apresentam como os cenários mais adequados para montar um espetáculo de novo cunho, embora cada vez mais estridente: o show do eu (SI-

BILIA, 2016, p. 53).

A terceira dimensão da experiência subjetiva, particular ou universal, também nos aproxima do exercício narrativo que é compartilhado em rede. Ao construir uma história que possua elementos comuns a um grupo, cria-se, então, a possibilidade de interligar o público ao narrador, que nessa nova disposição assume ainda as funções de autor e protagonista. Sibilia (2016, p. 57) deixa claro que “o eu que fala e se mostra incansavelmente nas telas das redes costuma ser tríplice: é ao mesmo tempo autor, narrador e protagonista”.

A tríplice função do sujeito em rede o direciona a uma nova interface, do sujeito em comunicação. Ao tocar nas narrativas confessionais, o sujeito em comunicação se intercambia com as narrativas dos outros, possibilitando assim o surgimento de uma narrativa pessoal que não está isolada em si, mas constitui-se como a figura de um mosaico: construída de pequenas partes para formar um todo.

Porém, esse novo lugar da comunicação não é uma exclusividade do *ciberespaço*. Antes mesmo, nos grupos primitivos, ao redor das fogueiras, os sujeitos promoviam esse intercâmbio de narrativas ao contar sobre as histórias de si e de seus pequenos grupos. Porém, o que a internet possibilitou foi um maior acesso às narrativas geograficamente distantes e ainda a oportunidade de não apenas um líder ou um ancião compartilhar das narrativas de um povo. Os mecanismos da rede dispuseram a qualquer um, que detenha a ferramenta, a chance de estar conectado com a narrativa do outro.

Porém, Bourdie (1998 apud SIBILIA, 2016, p. 57) questiona a autenticidade desse “eu” linguístico, já que “o eu de cada um de nós é uma entidade complexa e vacilante”. Então, esse “eu” narrado em rede não poderia ser visto como uma constituição fidedigna de nós? É sabido que entre o real e simbólico, uma porção da narrativa é ressignificada, justamente nos espaços de mediação. Um desses espaços, que aqui pontuamos, é a narrativa do outro. Ao que Sibilia (2016) enfatiza:

Assim, tanto o eu como seus enunciados são heterogêneos: para além de qualquer ilusão de identidade, eles sempre estarão habitados pela alteridade. Toda comunicação requer a existência do outro, do mundo, do alheio, do não-eu, por isso todo discurso é dialógico e polifônico, inclusive os monólogos e os diários íntimos, pois a sua natureza é intersubjetiva. Todo relato insere num tecido intertextual, entremeado de infinitas narrativas e impregnado de outras vozes, e disso não estão isentas nem as mais solipsistas narrativas do eu (SIBILIA, 2016, p. 58).

Martinez (2008), ao aplicar um modelo de construção de histórias de vidas reais baseado na Jornada do Herói do mitólogo Joseph Campbell, chega a duas potencialidades na aplicação da estrutura proposta por ela: a primeira é pedagógica uma vez que narrar uma história dá pistas para o leitor viver a sua própria “jornada” e outro ponto é o papel do comunicador social na construção da história de vida, ao que ela chama de “abordagem terapêutica da narrativa”, ou seja, possibilitar o resgate da arte de narrar como entendimento daquilo que se é.

O modelo de Martinez (2008) reúne a narrativa biográfica no Jornalismo em doze etapas, sendo: Cotidiano; Chamado à Aventura; Recusa; Travessia no primeiro limiar; Iniciação; Teste, Aliados, Inimigo; Caverna Profunda; Provação Suprema; Encontro com deusa; Recompensa, Caminho da Volta, Ressurreição e Retorno com Elixir. Porém, mais do que um guia sistêmico a proposta é compreender o personagem como eixo da narrativa:

Neste ponto, propõe-se um embricamento da comunicação social com a história oral, no sentido de que a Jornada do Herói permite não apenas traçar a história de estrelas, políticos, socialites e outras figuras marginalizados pelo poder. Ou seja, aos indivíduos que até pouco tempo não eram considerados sujeitos nem pelos historiadores nem pelos jornalistas tradicionais, que na maioria dos casos se limitavam a extrair falas esparsas destes “populares” (MARTINEZ, 2008, p. 42).

A lição que nos deixa o modelo de Martinez (2008) na perspecti-

va da narrativa pessoal em rede é a oportunidade de se abandonar os velhos relatos heroicos para se investir nos pequenos relatos de rua. Certeau (1996, p.201), por exemplo, entende que “a cidade é o teatro de uma guerra de relatos, como a cidade grega era o campo fechado de guerras contra os deuses. Entre nós, os grandes relatos da televisão ou da publicidade esmagam ou atomizam os pequenos relatos de rua ou de bairro”.

O ciberespaço e a interconexão entre grupos nos trouxe uma maior facilidade de acesso às narrativas distantes geograficamente de nós. Recentemente, em dezembro de 2016, em virtude dos conflitos armados na Síria entre civis e o regime ditatorial de Bashar Al Assad, algumas pessoas através das redes sociais puderam expor ao mundo as condições da guerra em Aleppo, pequena cidade da Síria marcada pelo conflito. Assim, as vozes de civis como Salah Ashkar, Lina Shamy e Bilal Abdul Kareem² tornaram-se partes do mosaico narrativo da guerra em Aleppo. A voz institucionalizada da mídia não foi descartada, porém perdeu força diante da comovente narrativa real produzida pelos atores envolvidos no conflito. Sibilia (2016) também pontua essa mudança:

Por outro lado, o foco tem se desviado das figuras ilustres: foram abandonadas as vidas exemplares ou heroicas que antes atraíam a atenção dos biógrafos e leitores, para se debruçar sobre as pessoas consideradas comuns. (SIBILIA, 2016, p. 61)

O deslocamento do eixo de atores socialmente relevantes para cidadãos comuns, possibilitou mais intensivamente a ascensão de personagens na rede, ou como são chamados, subcelebridades, que em muitos casos não artistas, mas construíram narrativas envolventes através de aplicativos como *Instagram* e *Snapchat*.

² Vídeo do jornal britânico Independent. Disponível em: <<http://www.independent.co.uk/news/world/middle-east/aleppo-conflict-latest-waiting-to-die-last-messages-from-east-aleppo-s-activists-as-the-revolution-a7471641.html>>, acesso em 19 dez. de 2016, às 14h16.

O momento presente nos aplicativos “*stories*”

O aumento das narrativas biográficas na internet e nos mais diversos meios e suportes mostram o apetite voraz do público por consumir vidas alheias e reais. A não-ficção chama cada vez mais a atenção do público. O herói foi abandonado em favor da intimidade da pessoa “comum”.

O novo momento comunicacional dá aos protagonistas uma nova forma de trazer informação. O resultado são pessoas compartilhando suas particularidades e subjetividades e uma legião de seguidores atraídos por esta realidade, como afirma Sibilía (2016, p.61) “uma intensa fome de realidade tem eclodido nos últimos anos, um apetite voraz que incita ao consumo de vidas alheias e reais”. Pessoas do mundo inteiro conectadas em um só lugar, desconhecidos que têm a possibilidade de ser a próxima geração de influenciadores.

Na dinâmica desse novo contexto surgem os aplicativos de compartilhamento instantâneo de narrativas. Primeiro, surge em 2011, o *Snapchat* que permite ao usuário enviar registros audiovisuais e textuais por tempo limitado, tornando-se um diferencial das demais plataformas, como *Facebook* e *Twitter*, em que são produzidos e compartilhados conteúdos fixos. Criado e desenvolvido por Evan Spiegel, Bobby Murphy e Reggie Brown, estudantes da Universidade Stanford, o aplicativo possui só no Sistema Android mais de 13 milhões de downloads, não contabilizando os downloads dos dispositivos do Sistema IOS.

O *Snapchat* é uma plataforma em que o público pode lidar com seus seguidores de forma mais direta e pessoal, produzindo conteúdos mais autênticos e informais. A funcionalidade do aplicativo o leva à produção de conteúdos passageiros, pois nele só é permitido o envio de fotografias ou vídeos de no máximo dez segundos. A possibilidade de registrar algum momento passa a capturar as esferas mais comuns da vida dos personagens, e as experiências vividas “fora” da internet parecem se concretizar em função do seu potencial de serem

publicadas, trazendo a seus usuários valores frequentes neste meio, como visibilidade e popularidade.

Na classificação de Recuero (2011) sobre os Sites de Redes Sociais (SRSs), a autora propõe quatro valores atrelados aos SRSs, que são: visibilidade, reputação, popularidade e autoridade. Recuero (2011 apud LIMA, 2017, p.5-6) explica as diferenças entre os valores:

A visibilidade está relacionada à maior conexão dos atores sociais em rede. Já a reputação, “às informações recebidas pelos atores sociais sobre o comportamento dos demais e o uso dessas informações no sentido de decidir como se comportarão” (RECUERO, 2011, p. 109). A popularidade é um valor relacionado à audiência. Por fim, a autoridade que “se refere ao poder de influência de um nó na rede social” (RECUERO, 2011, p. 113) (LIMA, 2017, p. 5-6).

Cada valor está atrelado a um capital social, sendo apresentados assim, como na tabela proposta em Recuero (2011):

Valor Percebido	Capital Social
Visibilidade	Relacional
Reputação	Relacional Cognitivo
Popularidade	Relacional
Autoridade	Relacional Cognitivo

Fonte: Recuero (2011, p. 114).

Dessa forma, a partir de cada um dos valores, os atores da rede, reafirmando o conceito de Recuero (2011) sobre rede social como composta por atores e conexões, podem estabelecer um capital social atrelado ao valor percebido. Observamos que muitas vezes esse movimento acontece de forma orgânica como no caso a seguir.

Uma das referências brasileiras no *Snapchat* é a maranhense Thaynara Oliveira Gomes, ou como é conhecida, Thaynara OG. Em mar-

ção de 2015, após se formar em Direito e iniciar a rotina de estudos para concursos públicos, a estudante passou a usar o aplicativo para fazer vídeos engraçados para os amigos, em que contava detalhes da sua rotina de estudos.

Com humor, simplicidade e naturalidade, Thaynara inovou na utilização do aplicativo com a criação de “quadros” e efeitos da câmera. O perfil da maranhense está disponibilizado publicamente no aplicativo desde outubro de 2015 e desde então o número de seguidores cresce de forma surpreendente, com postagens que chegam a 700 mil visualizações em 24 horas.

Com o crescimento da popularidade, a *snapchater* teve que inovar na criação de quadros. “Thay Responde”, onde ela interage com os seguidores respondendo sobre a sua vida; “Bastidores”, cenas que acontecem em *off* durante as gravações; e “Coisas Grátis”, como o próprio nome já diz, em que ela recebe diversos presentes de marcas para serem exibidos durante seus snap’s. Ela ainda vem lançando várias expressões que se tornaram comuns na rede, como os bordões “Venci na vida!” e o famoso “Kiu”.



Figura1: *Printscreen* dos vídeos de Thaynara Gomes no dia 18 de Agosto de 2017 no *Snapchat*³

Nos vídeos do dia 18 de Agosto de 2017, Thaynara relatava para o público sobre as dores da depilação e as dificuldades de uso de uma cinta modeladora. Além dos relatos comuns, envolvendo a família e seus cachorros. A marca registrada do perfil Thaynara OG é o humor e a frivolidade dos registros da jovem.

Alcançado pela narrativa temporal, o aplicativo *Instagram* também reformulou sua proposta possibilitando que os usuários dispõem de uma ferramenta parecida com o próprio *Snapchat*, que é o *Instagram Stories*. O *Instagram* foi criado em outubro de 2010 pelos norte-americanos Kevin Systrom e Mike Krieger. A proposta inicial do aplicativo era postar fotos com filtros e conectar as publicações a uma rede de seguidores. Porém, nos últimos anos, o *Instagram* passou

³ O *printscreen* é caracterizado por ser um registro fotográfico do vídeo, acionado facilmente pelos celulares. A forma de documentação de arquivos é recente e ainda pouco utilizada na coleta de dados, porém para obtermos “frames” dos vídeos fizemos a opção por esse tipo de armazenamento.

por diversas formulações, principalmente após a compra da empresa pelo Facebook.

Dessa forma, em agosto de 2016, foi adicionado o *Instagram Stories*, recurso que se assemelha ao *Snapchat*, mas tem o diferencial de atingir um público maior já que não é necessário estabelecer novas conexões para visualizar as histórias de amigos. Em bem menos tempo o usuário consegue mais visualizações, além de não precisar se cadastrar em outra rede social. Por isso, em menos de um ano, a nova ferramenta do *Instagram* fez com que a popularidade do *Snapchat* caísse entre os usuários. A *snapchater* Thaynara OG foi uma das que realizou a migração da produção do seu conteúdo para a nova ferramenta, porém sem abandonar o *Snapchat*.



Figura 2: *Printscreen* dos vídeos de Thaynara Gomes no dia 18 de Agosto de 2017 no Instagram Stories⁴

⁴ O *printscreen* é caracterizado por ser um registro fotográfico do vídeo, acionado facilmente pelos celulares. A forma de documentação de arquivos é recente e ainda pouco utilizada na

Nos vídeos do dia 18 de Agosto de 2017, na ferramenta *Instagram Stories*, Thaynara interagiu com os seus seguidores, lançou vídeos de publicidade e participou de um evento de uma loja de óticas.

O *Snapchat* e *Instagram Stories* são vistos como o maior reflexo da tendência que surge nas redes sociais, de tornar a expressão momentânea do instante em algo que seja absorvido e descartado quase no mesmo momento em que o conteúdo é compartilhado na web. Recentemente também aderiram à proposta, o Site de Rede Social Facebook, através do Facebook Moments, e o aplicativo de mensagens Whatsapp.

O formato *stories* e narrativa cotidiana do eu

As conexões digitais criaram uma releitura da dinamicidade realizada antes da integração tecnológica e se constituíram em conexões “expressas no ciberespaço”, segundo Recuero (2011, p. 21). Os meios se multiplicaram e a internet criou um espaço social em que é possível explorar a criatividade.

Em um contexto no qual usuários passam a interferir no conteúdo circulante na internet, reconfigura-se a maneira como são constituídas suas próprias subjetividades. Novos formatos de relações sociais são formados em um cenário digital onde os sujeitos parecem ser convocados a “se mostrarem” através da criação e atualização de perfis pessoais em redes sociais. Essas se assemelhariam a verdadeiros confessionários onde os usuários expõem detalhes de suas intimidades para uma audiência, no caso, seus amigos virtuais.

Segundo Sibilía (2016), o ciberespaço consiste em um ecossistema um tanto quanto dinâmico, as interações que nele se concretizam não são lineares e tampouco unidirecionais. É neste contexto, no qual mostrar-se parece uma condição para o status de sujeito, que a postagem de conteúdos pessoais vira uma prática necessária, sem a qual

coleta de dados, porém para obtermos “frames” dos vídeos fizemos a opção por esse tipo de armazenamento.

parece difícil conectar-se aos demais e consigo próprio.

Assim como seu protagonista, essa vida possui um caráter eminentemente narrativo. Pois a experiência vital de cada sujeito é um relato que só pode ser pensado e estruturado como tal se for dissecado na linguagem. Mas, assim como ocorre com seu personagem principal, esse relato não representa simplesmente a história que se tem vivido: ele a apresenta. E, de alguma maneira, também a realiza, concede-lhe consistência e sentido, delinea seus contornos e a constitui (SIBILIA, 2008, p. 32).

Esse esforço de comunicação do “eu” resulta em uma espécie de polifonia de discursos, em que histórias de vida se esbarram, entrelaçam-se e se sobrepõem, ocorrendo uma espécie de convergência de narrativas pessoais, que acabam por configurarem uma produção coletiva de acontecimentos midiáticos e midiaticizados.

A internet também permitiu que anônimos se tornassem o “centro das atenções”, com suas características familiares e autênticas. O poder de determinar o que a audiência vai pensar ou reproduzir não está mais na mão da mídia. Agora, cada um vai atrás do mundo que mais lhe toca e constrói os caminhos de uma nova forma de colaboração e comportamento.

Para Sibilia (2016), há um deslocamento em relação à intimidade, uma curiosidade crescente por aqueles âmbitos da existência que costumavam ser considerados privados. Desmancham-se as fronteiras que separavam o público do privado, desafiando as velhas categorias e demandando novas interpretações.

Cabe lembrar, porém, que essa tendência ao aumento da visibilidade e da conexão nos modos de vida contemporâneos – alavancada pelo *Snapchat* e recentemente pelo *Instagram Stories*, retrata a evolução da tecnologia:

Há um processo dinâmico de publicização do privado, de modo que todo e qualquer tipo de informação multiplicação dos usos cotidianos desses dispositivos que permitem consumir tais ambições e demandas – começou antes da popularização dos

hoje imprescindíveis aparelhos portáteis de comunicação (SIBILLIA, 2008, p.22).

Assim, Charteris (2014) afirma que:

O envio de mensagens efêmeras com informações que deixam de existir permite aos usuários a captura e compartilhamento de momentos temporários ao invés de imagens permanentes. Aparentemente, há uma proliferação destes aplicativos com informações que desaparecem e com mecanismos de auto-destruição. As informações se tornam ao mesmo tempo descartáveis e de curto prazo (CHARTERIS, 2014, p. 390).

A liquidez desse processo se difere de outros aplicativos, de maneira que o registro de conteúdos acaba possuindo menos importância do que a espontaneidade da narrativa que é produzida. O descarte dado ao vídeo ou foto produzidos no aplicativo indica uma fragmentação da realidade, em que ela acaba se transformando em resíduos onde “tudo é feito para durar pouco” (SOUZA, 2009, p.7), fazendo com que as narrativas se preocupem em representar momentos finitos da realidade, e não torná-los um registro.

Se pensarmos nestes usuários enquanto espectadores, podemos notar que estas ferramentas oferecem a seus consumidores uma experiência completa de consumo de um acontecimento e um senso de participação, pertencimento e afinidade com o assunto que está em evidência durante aquele período de 24 horas. Como se o aplicativo oferecesse uma promessa de que todos seus usuários acompanharão os mesmos vídeos e fotos durante o período estabelecido, reforçando uma sensação de conexão entre seus consumidores.

Considerações finais

As narrativas biográficas em rede nada mais são do que um reflexo das novas relações humanas: instantâneas, urgentes, breves e líquidas. O formato *stories* revela a efemeridade do ato narrativo no ciberespaço, mas também nos põe diante da necessidade e do saber sobre a

narrativa do outro.

Nesse novo domínio, as fronteiras entre público e privado são rompidas para dar lugar a um novo espaço em que narrativamente estamos todos conectados. Os limites entre narrador, protagonista e autor são rompidos, para que se unam em um mesmo sujeito, o sujeito em comunicação consigo e com os outros.

O breve levantamento teórico construído neste artigo, nos mostra que a nossa história pessoal em rede é construída, sobretudo, de memória. Os nossos arquivos são descartados ao final de um dia e a nossa narrativa biográfica pode ser construída e reconstituída no dia seguinte.

O formato *stories* tenta ainda compensar a debilidade da rotina humana. Apreendidos pelo ritmo frenético da vida moderna, tentamos capturar o momento e compartilhá-lo com os outros. Porém, o simbólico é incapaz de apreender a materialidade do real.

Entre pontos negativos e positivos da ferramenta *stories*, a narrativa biográfica em rede é recriada e através desta apresentamos um novo existir. Considerando que ao narrarmos estamos assim nos refazendo, podemos compreender que ao publicarmos estamos nos narrando e construindo a nossa narrativa em rede. Compartilhar o “agora” tornou-se mais uma práxis do nosso cotidiano.

Ainda não é possível afirmarmos se construindo a nossa narrativa em rede, estaríamos disponibilizando o acesso às nossas memórias. Porém, é importante considerar que as distâncias geográficas estão diluídas e nos tornamos assim muito mais acessíveis aos outros e aos seus mundos. Porém, cabe-nos também questionar se de fato temos construído alguma história pessoal na rede que não seja aquela constituída de registros descartáveis ou plásticos. É importante tencionar como os usuários têm produzido e consumido a narrativa pessoal diária do outro, já que a história de vida é um reflexo contundente do comportamento de uma sociedade.

Referências

CEARTEAU, Michel de. **A invenção do cotidiano**: morar, cozinhar. Petrópolis: Vozes, 1996.

CHARTERIS, Jennifer; GREGORY, Sue; MASTERS, Yvonne. Snapchat 'selfies': The case of disappearing data. In B. Hegarty, J. McDonald, & S.-K. Loke (Eds.), **Rhetoric and Reality**: Critical perspectives on educational technology. Proceedings Ascilite Dunedin 2014 (pp. 389-393). Disponível em: <<https://epublications.une.edu.au/vital/access/services/Download/une:17616/SOURCE02?view=true>> Acesso em: 17/12/2016

LIMA, Kassandra. Jornalismo hard news e Instagram: novas histórias em velhas formas?. In: XIX CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO DA REGIÃO NORDESTE. Fortaleza, 29 de jun. a 01 de jul. 2012. **Anais do XIX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste**. Disponível em: <<http://www.portalintercom.org.br/anais/nordeste2017/resumos/R57-1560-1.pdf>>. Acesso em 18 ago. 2017.

MARTINEZ, Mônica. **Jornada do Herói**: a estrutura narrativa mítica em histórias de vida no Jornalismo. São Paulo: Annablume, 2008.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. Diversidade em Convergência. **Revista Matrizes**, São Paulo, v.s, n.2, p.15-33, jul/dez 2014.

PINEAU, Gaston; LE GRAND, Jean-Louis. **As histórias de vida**. Trad. Carlos Eduardo Galvão Braga e Maria da Conceição Passegi. Natal: EDUFRRN, 20012.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2011.

SIBILIA, Paula. **O show do eu**: a intimidade como espetáculo. Rio de Janeiro: Contraponto, 2016. 2ª ed.

_____. **O show do eu**: a intimidade como espetáculo. Rio de Janeiro: Contraponto, 2008.

SILVERSTONE, Roger. **Por que estudar a mídia?**. São Paulo: Edições Loyola, 2011. 3º ed.

SOUZA, Sérgio Augusto. **As redes sociais e a liquidez na Sociedade**

140 bytes: sob os olhos da Coruja de Minerva. **XIV Semana de Letras da Universidade Federal do Amazonas, outubro de 2009.** Disponível em: <<http://docplayer.com.br/8197292-As-redes-sociais-e-a-liquidez-na-sociedade-140-bytes-sob-os-olhos-da-coruja-de-minerva.html>>. Acesso em 14 set. 2017.

VILAS-BOAS, Sérgio. **Biografismos:** reflexões sobre as escritas de vida. São Paulo: Editora Unesp, 2014. 2.ed.

O DESEJO DE VISIBILIDADE MIDIÁTICA NA CIBERCULTURA

Fernanda Gabriela Gadelha

O presente artigo tem como objetivo discutir o desejo de visibilidade midiática na cibercultura nas perspectivas teóricas e conceituais de Gilles Lipovetsky, Eugênio Trivinho e Guy Debord. Analisaremos o processo de midiaticização e as novas tecnologias como locais de recepção, circulação e interação baseados nos autores Fausto Neto (2010) e Braga (2012), no intuito de entender a midiaticização enquanto pesquisa empírica. Vivemos na era do mundo *transestético*, do capitalismo estético, “sociedade do espetáculo” tende a necessidade de se expor, de se mostrar, de ser visto, de conquistar mais “curtidas” e compartilhamentos. A metodologia adotada foi o levantamento netnográfico, baseado nos perfis femininos que são conhecidas como Musas Fitness no Brasil. Nesta análise, trabalhamos como uma espécie de estética de si mesmo, um “novo Narciso no espelho da tela global” no contexto da cibercultura.

Introdução

“É o complexo de Narciso e seus efeitos ambivalentes, que caracterizam o sujeito contemporâneo e provocam uma dinâmica da ‘auto-publicação nas redes’” (ROCHA, 2012, p. 120). Torna-se importante compreendermos que as redes sociais têm ajudado a alimentar um substrato humano chamado ego, ou seja, o desejo de mostrar ao mundo, o quanto somos felizes e perfeitos para a sociedade.

Com a hipótese de que vivenciamos um paradoxo no qual o corpo se torna, ao mesmo tempo, um espaço de liberdade e aprisionamento, é que pretendemos nos investigar as particularidades deste corpo como meio de comunicação através da sua linguagem corporal, uma vez que o corpo fala através de várias linguagens (BAITELLO, 2005).

“A luta pela boa forma é uma compulsão que logo se transforma em vício. Cada dose precisa ser seguida de outra maior” (BAUMAN, 2007, p. 123). Desta forma, é possível entender o contexto social em que vivemos. É só acessar o Instagram, para notarmos que boa parte do conteúdo dos nossos seguidores, se resume à beleza, dietas, corpos esculturais, viagens e status social, além de uma busca incessante pela visibilidade.

O que vemos na contemporaneidade são mulheres em sua maioria insatisfeitas com a sua imagem e atrativos físicos, buscando cada vez mais um corpo ideal. Muitas recorrem à internet e passam a seguir páginas no Instagram. Algumas querem alcançar o mesmo “padrão” das atletas e blogueiras/fitness.

Vivemos em um cenário de apropriação, uma vez que necessitamos ser aceitos na sociedade e conseqüentemente acabamos copiando, imitando e nos apropriando da “beleza e do corpo do outro”. Os perfis mais famosos são os que ditam as regras, o que se deve vestir usar, comer, consumir e até mesmo como devemos adotar um novo estilo, um padrão de vida saudável e que seja aceito pela sociedade. Hoje não escolhemos o corpo que queremos de forma livre, a mídia

escolhe para nós o corpo que teremos que ter para sermos consideradas belas, sarada e perfeitas.

Percebemos que o conteúdo do Instagram é mais pautado pelo público Jovem Feminino. No segmento fitness, várias atletas, artistas, celebridades tornam-se referência para mulheres que querem adquirir um corpo musculoso. Esse padrão sarado e definido da geração fitness viralizou nas redes sociais; Gracyanne, Buffara e Pugliesi nasceram nas redes sociais e hoje lideram no seguimento Fitness e da geração saúde.

Hoje, as pessoas têm frequentado mais academias, tanto pela saúde, quanto pelo lado estético. Por isso, cada vez mais aumenta o número de páginas no Instagram, voltado a este público, contendo dicas de alimentação, treinos e até moda fitness.

Desta forma, a publicidade cresce neste cenário que utiliza o corpo como mercadoria, até mesmo para divulgação de produtos e serviços. Para Hoff (2013, p. 4-5) “o corpo é uma experiência da qual o sujeito não pode apartar-se, posto não haver existência sem corpo: daí a importância de analisá-lo como lócus de atravessamentos de naturezas diversas”.

Em busca de alcançar as repostas para nossas perguntas e para entender a dinâmica do corpo *Fitness* midiático, o presente estudo realiza uma pesquisa de natureza aplicada, netnográfica, de cunho exploratório descritiva com abordagem quanti-qualitativa. Dividimos o processo metodológico em duas etapas. A primeira será de caráter Exploratório, no qual necessitamos compreender e nos familiarizar com o objeto em questão, o corpo feminino. Tal metodologia nos dá suporte para responder os nossos problemas e fundamentar as hipóteses levantadas.

A pesquisa qualitativa nos ajudará a compreender os significados e a construção do corpo na sociedade, em busca de uma identidade feminina deste corpo na contemporaneidade, para depois interpretá-los.

A busca pela #FitnessBrasil se deu no mês de Outubro de 2016, e analisamos quatro perfis do segmento fitness considerados pela grande mídia como influenciadoras da categoria.

A sociedade do espetáculo na cibercultura

Todo o nosso cotidiano não passa de uma simples representação no que chamamos de Ciberespaço. Temos a necessidade de tornar as nossas vivências em vitrines para serem olhadas, visualizadas, curtidas, compartilhadas e representadas. E para que tudo isto aconteça precisamos de platéia, e conseqüentemente, vivenciamos um espetáculo na cibercultura (LÉVY, 1999).

O espetáculo, compreendido na sua totalidade, é simultaneamente o resultado e o projeto do modo de produção existente. Ele não é um complemento ao mundo real, um adereço decorativo. É o coração da irrealidade da sociedade real. Sob todas as suas formas particulares de informação ou propaganda, publicidade ou consumo direto do entretenimento, o espetáculo constitui o modelo presente da vida socialmente dominante. Ele é a afirmação onipresente da escolha já feita na produção, e no seu corolário — o consumo. A forma e o conteúdo do espetáculo são a justificação total das condições e dos fins do sistema existente. O espetáculo é também a presença permanente desta justificação, enquanto ocupação principal do tempo vivido fora da produção moderna. (DÉBORD, 1997, p, 9)

O internauta transsestético ou como chamava Guy Debord “sociedade do espetáculo”, tende a necessidade de se expor, de se mostrar, de ser visto, de conquistar mais “curtidas” e compartilhamentos possíveis, o que importa é ser visto, estar na rede. Traduzindo uma espécie de estética de si mesmo, um novo “novo Narciso no espelho da tela global”.

O instagram é uma rede social que possibilita aos seus usuários postarem fotos e vídeos dos seus cotidianos, através de apelos estéticos, o mesmo disponibiliza uma variedade de filtros capazes de

moldar as imagens para torná-las perfeitas. No extremo do culto ao corpo, a rede social virou uma ferramenta de comunicação moldada também para fins estéticos e lucrativos. O Instagram tornou-se um instrumento de promoção das marcas, blogueiras, atletas e adeptos da geração fitness.

Com o advento das novas tecnologias, esse processo se torna cada vez mais incessante. Mas, até que ponto o indivíduo é capaz de mudar o seu corpo, seu estilo de vida para se tornar produto do meio e assim ser aceito na sociedade? De que forma o corpo está sendo utilizado como produto de consumo nas redes sociais? Essa mudança de paradigma, tem tornado as pessoas cada vez mais midiaticizadas e maquiadas pelos padrões exigidos pela sociedade. “Tudo o que era vivido diretamente tornou-se representação” (DEBORD, 1997: 13).

Vivemos na era do mundo transestético, do capitalismo estético, da arte nas indústrias, no comércio e na vida cotidiana. O livro *A estetização do mundo: viver na era do capitalismo artista* escrito por Gilles Lipovetsky e Jean Serroy trabalha com o conceito de capitalismo transestético, ou seja, não se vende apenas o produto, se vende a beleza, a elegância, o design, a personalidade, o personalizado, o diferente. Tudo é direcionado para gerar tendências, moda, arte.

Ao falar do consumo transestético os autores relacionam com o consumo hedonista, ou seja, aquele que tem o prazer como estilo de vida. O indivíduo deixou de ser um consumidor generalizado e tornou-se um consumidor personalizado, imediato, na busca incessante por adquirir prazeres. O capitalismo transestético é definido pela hibridização da arte, da cultura e do consumo. Tudo vira arte, não se vende meros produtos, se vendem a arte, a estética, o estilo. Criam-se artistas, estrelas capazes de movimentar bilhões em torno de seus produtos, filmes, suas marcas, tal arte virou uma profissão mercantilizada.

O corpo passa a ser um produto midiático, sendo possível em alguns casos, ser uma ferramenta de trabalho, por meio da publicidade de produtos relacionados ao cuidado com o corpo. De acordo com

Lipovetsky (2015) o “culto do corpo”, que constrói uma personalidade narcisista mediada por uma “ditadura da beleza”, é responsável por diversas inseguranças e ansiedades que derivam do receio de não conseguir alcançar o corpo ou beleza ideal, gerando cada vez mais a sensação de insatisfação e imperfeição:

Superconsumo de produtos estéticos que tem como contrapartida um culto inquieto, obsessivo, sempre insatisfeito com o corpo, marcado pelo desejo anti-idade, anti-peso, por um trabalho interminável de vigilância, de prevenção, de correção de si mesmo. (Lipovetsky, 2015, 405).

Desta forma, o corpo transforma-se em um “projeto em construção”, ou seja, nunca acaba, principalmente quando vivemos em uma sociedade da imagem e do culto a beleza. Assim escolhemos o Instagram, rede social cuja principal troca comunicativa é a das imagens. Partindo do pressuposto de que ambiente midiático no qual a comunicação é constantemente transformada pelas tecnologias.

A construção do corpo feminino na contemporaneidade

Não pretendemos fazer uma revisão histórica do corpo, mas torna-se necessário fazer a sua construção desde a Grécia antiga até a contemporaneidade. Partimos das obras de alguns autores chaves para a elaboração desse percurso de construção social, política, religiosa, e, sobretudo, cultural. Com pesquisas que transcende a biologia do corpo, verificando as dimensões culturais, filosóficas e históricas para entender o corpo como construção social contemporâneo.

O corpo é uma realidade mutante de uma sociedade para outra: as imagens que o definem e dão sentido à sua extensão invisível, os sistemas de conhecimento que procuram elucidar-lhe a natureza, os ritos e símbolos que o colocam socialmente em cena, as proezas que pode realizar as resistências que oferece ao mundo, são incrivelmente variados, contraditórios até mesmo para nossa lógica aristotélica do terceiro excluído, segundo a qual se a coisa é comprovada, seu contrário é impossível. Assim, o corpo não é

somente uma coleção de órgãos arranjados segundo leis da anatomia e da fisiologia. É, em primeiro lugar, uma estrutura simbólica, superfície de projeção passível de unir as mais variadas formas culturais. Em outras palavras, o conhecimento biomédico, conhecimento oficial nas sociedades ocidentais, é uma representação do corpo entre outras, eficaz para as práticas que sustenta (LE BRETON, 2009, p. 29).

Nosso percurso começará pela Grécia antiga, na qual tivemos muitas contribuições dos filósofos e pensadores da época, a destacar Sócrates (470 a 399 a.C.) que tinha uma visão de que corpo e alma andavam juntos em busca da interação do homem com o mundo. Para o filósofo a saúde, a beleza e o corpo eram os bens mais precisos do homem.

No oposto tínhamos Platão (427 a 347 a.c) fundador da academia de Atenas e discípulo de Sócrates, que acreditava que o corpo era responsável pelo aprisionamento da alma. Apesar de reconhecer a importância dos exercícios físicos e da ginástica, para ele a educação espiritual estava à cima da educação física. A alma considerada como sendo superior ao corpo. Platão (1997, p. 97) ao dizer que “não é o corpo, por muito bem constituído que seja que, por virtude própria torna pura a alma boa, mas, ao contrário, é a alma que quando é boa, dá ao corpo, pela sua própria virtude, toda perfeição do que ele é capaz”.

Por último, Aristóteles (384 a 322 a.C.) seu pensamento era em conjunto com o de Platão, pois acreditava-se que toda ação humana era exercida de forma composta, ou seja, em conjunto, corpo e alma.

A Grécia ficou conhecida pela preocupação estética do corpo e pelo porte físico escultural do homem da época. A exemplo temos as belas esculturas gregas, mostrando o porte físico do homem grego. A estrutura física do corpo era que determinava as funções exercidas pelos homens - as guerras, às lutas e às olimpíadas. Os Gregos comungavam as duas dimensões, o corpo e a alma, assim eles estudavam a ética, a política e à metafísica e tinha um culto ao corpo belo

e escultural.

Na idade média, quando verificamos o poder da igreja sobre diversos setores, inclusive sobre a dominação do corpo com a criação de regras morais, punições e privações. O desejo pela carne era totalmente reprimido, considerado pecado, em que se tinha que renunciar ao próprio corpo para se ter a salvação da alma.

Na modernidade vimos o surgimento das ciências modernas e com elas novas concepções do corpo e sua representação na sociedade.

Por ultimo, a Contemporaneidade, a era dos avanços tecnológicos e científicos, globalização, telecomunicações, e da indústria cultural, principalmente voltada para a dimensão do corpo. O corpo transformou-se objeto do capitalismo, ou seja, um produto a ser consumido, modificado e compartilhado através das redes sociais.

Segundo Trivinho (2001) vivemos na era da publicização do privado, damos uma certa visibilidade aos acontecimentos da nossa vida cotidiana, como coisas simples, desde de escovar os dentes ao grande evento. Não importa como vamos nos expor, o importante é dar visibilidade a tudo que estamos fazendo, atualizando sempre nossas fotos, videos e stories, é o que o autor chama “apareSer”, necessitamos de nos mostrar, de aparecer na rede, de sermos percebidas, de vender o nosso corpo, nossa imagem e assim conquistar novos seguidores e mais e mais visibilidade.

Vivemos na era da hibridização amparada pelos recursos tecnológicos em que estamos presos em nossas telas/videos/rede e mundo em uma rede chamada de sócio técnicas. “a intenção de parodiar a absolutidade solar, de ‘brilhar’ ou ‘reinar’, por tempo relativo, em determinado diâmetro de interações, prevalece no anseio por visibilidade no reduto virtual”(TRIVINHO, 2011, p. 123).

Quando falamos do desejo de visibilidade midiática nos referimos aos consumidores que antes eram tidos como passivos, apenas recebiam as informações. Hoje na Cibercultura o processo de midiati-

ção tornou-se o ponto chave no que tange tal desejo. Os consumidores tornaram-se ativos, capazes de gerar seus próprios conteúdos nas mídias sociais, como o caso das Musas Fitness, produtoras midiáticas do consumo de um corpo malhado, sarado, construído e moldado.

Propomos, assim, desenvolver a constatação de um terceiro sistema de processos midiáticos, na sociedade, que completa a processualidade de midiatização social geral, fazendo-a efetivamente funcionar como comunicação. Esse terceiro sistema corresponde a atividades de resposta produtiva e direcionada da sociedade em interação com os processos midiáticos. Denominados esse terceiro componente da processualidade midiática “sistema de interação social sobre a mídia” ou, mais sinteticamente, “sistema de resposta social”. (Braga, 2006, p.22)

O dispositivo midiático caracterizado pela rede social Instagram faz parte do processo social que tange tal visibilidade das musas fitness, capaz de gerar novas produções de sentido, um novo fenômeno da mídia: “a intensificação de tecnologias voltadas para processos de conexões e de fluxos vai transformando o estatuto dos meios, fazendo com que deixem ser apenas em mediadores e se convertam numa complexidade maior”, (Fausto Neto, 2005, p.8).

Percebemos nesse artigo o quanto o desejo de visibilidade torna-se um processo midiático, uma vez que os aportes tecnológicos inicia todo o processo de midiatização, ou seja, a conexão entre midiatização e os processos sociais.

O aplicativo Instagram é uma rede social online, criada por Kevin Systrom e Mike Krieger e lançada em outubro de 2010. O suporte foi originalmente disponível apenas para o iPhone, iPad e iPod Touch todos da marca Apple. Em abril de 2012 foi adicionado o suporte para Androids com câmera. A partir disso, a mídia social ganhou popularidade; o serviço foi adquirido pelo Facebook em abril de 2012 por cerca de 1 bilhão de dólares.

A rede social Instagram permite aos seus usuários tirar fotos, vídeos, aplicar filtros e compartilhá-los em outras redes sociais, como

Facebook, Twitter, Flickr, Tumblr. Os usuários também podem gravar vídeos curtos com duração de até 15 segundos. Em setembro de 2015 ganhou mais uma nova ferramenta, a de conversar com seus seguidores através do bate-papo.

Em agosto deste ano o aplicativo cria uma nova função: o Instagram Stories, permitem que os usuários criem vídeos que ficam disponíveis em até 24hs, seguindo a linha de uma rede social chamada snapchat.

No Instagram, encontramos inúmeros termos em inglês na opção de pesquisar e filtrar as hashtags. É possível acessar inúmeras postagens relacionadas apenas ao mundo fitness. Cada hashtag, (marcação) é um link na foto ou vídeo do usuário. As postagens são filtradas em ordem numérica, no topo ficam as mais populares.

A metodologia adotada foi o levantamento netnográfico na rede social Instagram, baseado nos perfis femininos que são conhecidas como Musas Fitness no Brasil. O procedimento metodológico teve como base o número de seguidores das chamadas Digital Influencer do segmento Fitness, o critério das análises foi de acordo com algumas pesquisas em revistas que publicaram o ranking das famosas deste segmento. Depois analisamos os perfis da Gracyanne, Buffara e Pugliesi, a escolha se justifica pelo maior número de seguidores na rede social Instagram. Para compreender os processos de midiaticização e as novas tecnológicas na pesquisa empírica como processo de circulação e de novas forma de interação, utilizaremos como base os autores Fausto Neto (2010) e Braga (2012). O objetivo da pesquisa é o de analisar os três aspectos do sistema da midiaticização: social, o tecnológico e a linguagem desenvolvida através do desejo de visibilidade midiática na cibercultura.

O desejo de visibilidade midiática das musas fitness no Instagram

A palavra *Fitness* é de origem inglesa e representa “estar em boa forma física”. *Fit* significa “boa forma” e *ness* “um estado, uma condição”. Desta forma, *Fitness* seria resistência, aptidão, condicionamento físico do corpo para mantê-lo saudável.

Os autores (MORROW, 1995; SHARKEY, 1997; HOWLEY e col., 1997) classificam o *Fitness* em três grandes áreas: *Fitness Social*, *Fitness Físico* e o *Fitness Psicológico*. A primeira estaria ligada aos fatores sociais, econômicos e culturas do indivíduo; o *Fitness físico* seria a composição do próprio corpo em músculos, com o intuito também de promover saúde, bem-estar físico e qualidade de vida; já o *Psicológico* ligado ao emocional(stresse, depressão e ansiedade) e ao intelectual do indivíduo. O estilo de vida *Fitness* está “focada na manutenção da autonomia física e da saúde através da participação em atividades físicas, alimentação saudável e escolhas de estilo de vida positivos” (ARMBRUSTER & GLADWIN, 2001).

Uma pequena busca no aplicativo Instagram sobre a #fitnessbrasil encontramos aproximadamente 79,500 milhões de publicações sobre o estilo de vida, as atividades, as receitas, dietas, roupas e a moda adotada por este segmento que está crescendo cada vez mais no Brasil.

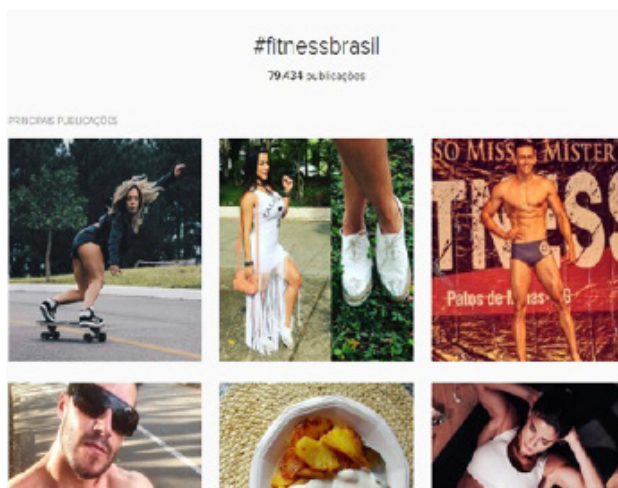


Figura 1: #fitnessbrasil.

Fonte: Instagram da Pesquisadora, outubro 2016.¹



Figura 2: Juliana Salimeni.

Fonte: Pesquisadora, outubro 2016.²

1 Foto 01 disponível em: <https://www.instagram.com/explore/tags/fitness/> Acesso em Outubro de 2016.

2 Foto 02 disponível em: <https://www.instagram.com/jujusalimeni/> Acesso em Outubro de 2016.

Na foto 02 a Juliana Salimeni, mais conhecida como Juju Salimeni é ex Panicat do Pânico na TV, já trabalhou como repórter e desfila nas escolas de samba de São Paulo, fez ensaios para a playboy e a Paparazzo e foi eleita pela revista Vip em 2010 a mulher mais sexy do Mundo. Na publicação acima teve 78,7 mil curtidas em um post relacionado ao seu mais novo look. Além de mostrar toda a sua rotina com treinos pesados, alimentação e rotinas, ela influencia os seguidores no consumo de um estilo *fitness*. Com 7,590 mil publicações aproximadamente, três publicações diárias, a digital influencer publiciza sua rotina diária, tornando sua vida um verdadeiro reality, ou seja, acompanhado por milhões de seguidores em uma única rede. Quando publicamos nossa vida nas redes sociais, ela deixa de ser privada; uma exposição do nosso cotidiano. Mesmo que o conteúdo seja destinado apenas para a rede de amigos, ela passa a ter mais visibilidade na Cibercultura.

A Salimeni não publiciza só o corpo sarado e malhado, ela dita moda e tendências nas roupas que compartilha em suas redes sociais. Na foto a cima, podemos observar a utilização de recursos publicitários na divulgação do tênis da marca Amoha, ou seja, ela anuncia seu novo look e disponibiliza o site para quem quiser adquirir igual ou com as variadas cores que o modelo disponibiliza.



Figura 3: Gracyanne Barbosa.

Fonte: Instagram da Pesquisadora, outubro 2016.³

Rainha de bateria do carnaval do Rio de Janeiro e São Paulo Gracyanne Barbosa é modelo, atriz e atualmente é digital influencer do estilo Fitness. Esse vídeo foi postado no dia 16 de outubro de 2016 e conto com 483 mil visualizações sobre a aula do dia. A regularidade dos postes são em torno de três por dia, em sua maioria são vídeos mostrando a rotina dos seus treinos, com os seus cachorros, com os produtos que tomam e conseqüentemente publiciza, além dos eventos e fotos com o esposo o cantor Belo. Apesar de ter menos seguidores do que a Salimini ela conquista mais visualizações e curtidas em seus posts. As fotos são desde fazendo procedimentos estéticos, a uma caminhada com os cachorros, tomar seus shakes, fazer os treinos em grupos, participação em programas de TV, e toda a forma de estar na rede e ser vista, comentada e curtida.

Atualmente, Gracyanne representa mais de doze marcas do segmento fit, e a cada cinco postagem diárias, pelo menos uma é paga, o que custa em torno de R\$ 10 mil para a musa publicar alguma foto

³ Foto 03 Disponível em: <https://www.instagram.com/p/BLmSWlujofg/?taken-by=graoficial> Acesso em: Outubro de 2016.

em seus perfis⁴.

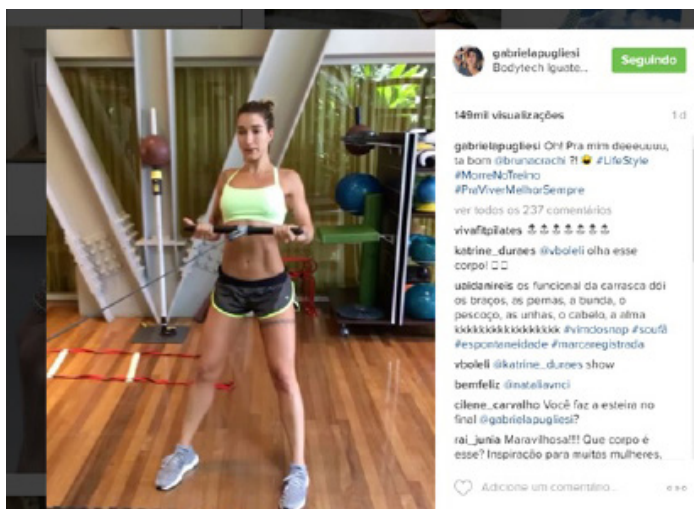


Foto 4: Gabriela Pugliesi.

Fonte: Instagram da Pesquisadora, Outubro 2016.⁵

O dia a dia da Gabriela Pugliesi é postado nas redes sociais, principalmente no Instagram. Lançou o livro RX contando parte da sua vida, suas rotinas de treinos em busca de uma vida saudável. A Digital influencer tem uma variedade de publicações, além do IG ela tem um site que também é alimentado diariamente com seus posts. Na foto, treinando ela obteve cerca de 150 mil curtidas. Posta em média quatro fotos por dia: onde estarão, treinando, alimentos e rotinas. Isso é quanto mais visibilidade ela tiver, mais visualizações e curtidas conquistará. Além de ser conhecida pelo mudo fitness ganhou fama pelas polêmicas geradas em torno de sua vida íntima.

4 Disponível em: <https://extra.globo.com/famosos/gracyanne-barbosa-ja-fatura-mais-que-belo-como-musa-fitness-20422232.html>: Novembro de 2016.

5 Foto 04 Disponível em: <https://www.instagram.com/p/BLq2KqPhST3/?taken-by=gabrielapugliesi> Acesso em: Outubro de 2016.

“Mas eu percebi que gostava de mudar. Um tempo depois, vi os resultados e queria mostrar para as outras pessoas que isso era possível. Foi assim que resolvi mostrar meu dia a dia de mudanças no Instagram”⁶.

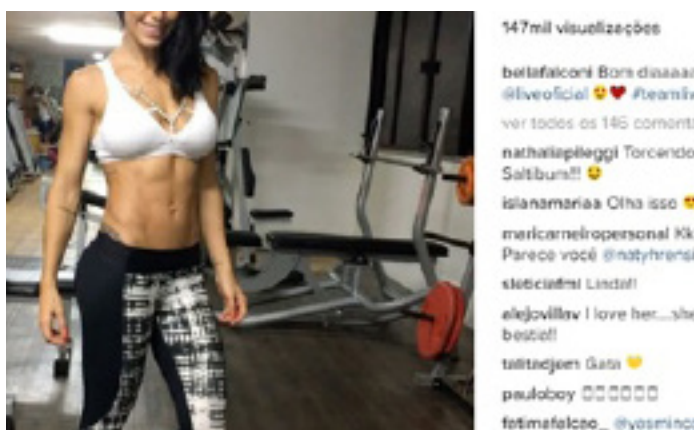


Figura 5: Bella Falconi.

Fonte: Instagram da Pesquisadora, Outubro 2016.⁷

Bella Falconi é brasileira mais mora na Flórida nos Estados Unidos tem cerca de 2,6 milhões de seguidores e na foto 05 obteve cerca de 150 mil visualizações sobre o “bom dia de live”. Ou seja, uma das fotos mais curtidas em sua rede social é de um bom dia ao início de mais um treino de vida saudável e fitness. Considerada Musa do Mundo Fitness Falconi tem um site profissional para atender aquelas mulheres que buscam ter um corpo malhado e sarado como o dela. Ensina como perder peso depois da gravidez, assim como ela fez. E acompanha o processo de mudança de estilo de vida das suas segui-

⁶ Texto de sua autoria em seu blog <http://gabrielapugliesi.com/sobre/>. Acesso em 10 de outubro de 2016.

⁷ Foto 04 Disponível em: <https://www.instagram.com/p/BLTcncEj9eE/?taken-by=bellafalconi> Acesso em: Outubro de 2016.

doras. Hoje é considerada uma empresária do ramo, com marca própria, academia no EUA e parceira com várias marcas de suplementos e de roupas famosas.

Considerações finais

Pretendeu-se nessa pesquisa empírica entender como rede social Instagram possibilita a maior visibilidade das Digitais Influencer e das marcas tornando-se uma grande vitrina dos estilos e dos segmentos do mundo Fitness. Quanto mais visibilidade tiverem, mais curtidas, compartilhamentos, visualização terão e conseqüentemente mais famosas. O desejo de visibilidade está atrelado ao do consumo, as seguidoras não seguem apenas uma personalidade, elas consomem tudo que é postado e publicizado pelas Digitais, tornando o corpo produto de consumo para ser consumido e moldada na rede.

Atrelado ao desejo de visibilidade está a necessidade de ser vista e admirada, é o que chamamos do Espelho do Narcisismo do ego capaz de produzir consumos em outros corpos na busca incessante do corpo perfeito, malhado e sarado como demonstra os perfis analisados.

“O consumo estético é filho do capitalismo artista” (LIPOVETSKY, p.327). As camadas mais populares progridem dos bens de consumo essenciais para o consumo do exagero, do ter, do possuir, do comprar, do estar na moda, do inovar, o do gerar estilo, criar moda, estar na moda, é a expansão social do consumo estetizado. O “culto do corpo”, que constrói uma personalidade narcisista mediada por uma “ditadura da beleza”, é responsável por diversas inseguranças e ansiedades que derivam do receio de não conseguir alcançar o corpo ou beleza ideal, gerando cada vez mais a sensação de insatisfação e imperfeição. “A beleza se tornou um novo Eldorado do capitalismo, ao mesmo tempo que uma obsessão e uma prática narcísica de massa” (Lipovetsky 2015, p.349).

O desejo de visibilidade deste corpo fitness da contemporaneida-

de é representado pelas categorias apresentadas? Será que as Mussas Fitness Bella Falconi, Gabriela Pugliesi, Gracyanne Barbosa e Juliana Salimeni estão classificadas em uma nova categoria chamada, que podemos conceituar de Corpo Fitness Ecommerce? Uma vez que elas representam um corpo para ser Transformado, consumido e compartilhado. Estas são perguntas e hipóteses que nos instigam a fomentar mais sobre este fenômeno característico da nossa sociedade contemporânea midiática.

Referências

ARMBRUSTER, B. & GLADWIN, L. A. **More than fitness for older adults** – a “wholeistic” approach to wellness. *ACMS’S Health & Fitness Journal*, v.5, n. 2, p. 6-12, 2001.

BAUMAN, Z. **O mal-estar da pós-modernidade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.

BAITELLO, N.J. **A era da iconografia**. Ensaios de comunicação e Cultura. São Paulo: Hancker Editores, 2005.

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

DEBORD, G. **A Sociedade do Espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

FAUSTO NETO, A. **Midiatização: prática social, prática de sentido**. *Paper*, Bogotá: Seminário Mediatização, 2006.

FELERICO, S; HOFF, T. Corpos femininos e masculinos na publicidade: do medido ao desmedido. Disponível em: <http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/encontros-nacionais/5o-encontro-20071/Do%20Corpo%20Desmedido%20ao%20Corpo%20Ultramedido..pdf>. Acesso em 28 agosto 2015.

LE BRETON, David. **A sociologia do corpo**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009.

LEMOES, A; LÉVY, P. **O futuro da Internet**. São Paulo: Paulus, 2010. Coleção (Comunicação).

LÉVY, P. **Cibercultura**. (Trad. Carlos Irineu da Costa). São Paulo: Editora 34, 2009.

LIPOVETSKY, G.; SERROY, J. **A estetização do mundo: viver na era do capitalismo artista**. São Paulo: Companhia das Letras, 2015.

MORROW, JR.; JACKSON, A. W.; DISH, J. G. ET al. **Measurement and evaluation in human performance**. Illinois: Human Kinetics, 1997.

PLATÃO. **A República**. São Paulo: Nova Cultural, 1999. (Os Pensadores).

ROCHA, A. M. M. Público e privado: notas conceituais sobre a transformação da intimidade na internet. In: *Revista Intratextos online*. Disponível em: <http://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/intratextos/article/view/119>>. Acesso em 28 agosto. 2015.

TRIVINHO, E. **Visibilidade mediática, melancolia do único e violência invisível na Cibercultura**. *Matrizes*, São Paulo, 2011, n. 2, p. 111-125.

DA MEMÓRIA DIGITAL AO PLANEJAMENTO DA CIDADE TURÍSTICA: UMA PERSPECTIVA METODOLÓGICA COM BASE NA EXPERIÊNCIA DE ILHÉUS-BA

Moabe Breno Ferreira Costa

O artigo propõe uma relação entre prática profissional e produção científica, evidenciando a colaboração da memória digital ao planejamento da cidade turística. Trata-se de uma reflexão metodológica, buscando uma relação entre a semiótica peirceana e as regularidades discursivas de Foucault. O estudo desenvolve-se a partir da implementação e monitoramento do site e fanpage da Prefeitura Municipal de Ilhéus, Sul da Bahia, em 2013, e inclui observações sobre a influência do Airbnb para a dinâmica turística. Infere-se que as interações nessas plataformas propõem a proliferação de discursos sociais que apontam para o turismo como uma cultura específica nos centros receptivos que foge a lógica das delimitações do governo e *trade*, tendo uma dinâmica própria. Assim, a análise de memórias sobre o destino possibilita especificar perspectivas de residentes e turistas sobre o lugar e apropriá-las ao planejamento da cidade turística, constituindo um processo mais democrático.

Introdução

Esta abordagem associa prática em gestão da comunicação e produção científica, a partir da implementação e gerenciamento do processo de comunicação virtual da Prefeitura Municipal de Ilhéus, destino turístico da região Sul da Bahia, no ano de 2013. Site¹ e fanpage² foram construídos com base na pesquisa de mestrado Cibercultura e a potencialização da atividade turística (COSTA, 2005). Propunha-se a interação de setores que dinamizam centros receptivos na internet, edificando um espaço com o máximo de serviços a autóctones e visitantes, além da prestação de informações sobre o destino e ações municipais.

A observância contínua do site e interações na Fanpage da Prefeitura Municipal do Ilhéus foi preponderante para a elaboração da proposta de doutoramento em curso, referente à análise da memória da cidade turística a partir do Facebook e no Airbnb³. A ideia é que um estudo sistematizado, propondo a interligação entre enunciados de usuários da internet, suas vivências no espaço físico e os conceitos que eles formulam sobre a cidade, colabore com a produção comunicacional de Prefeituras Municipais⁴ e com a elaboração do planejamento urbano, considerando ações estratégicas e em longo prazo.

1 <http://www.ilheus.ba.gov.br/> Por conta da mudança da gestão, no ano de 2017, a interface do site foi atualizada, mas mantiveram-se as propostas de links e conteúdos, no que se refere a informações turísticas. No entanto, foram excluídas informações úteis ao cidadão autóctone, como rotas e horários de serviços de transportes, endereços e horários de funcionamento de unidades de saúde e de educação, contato de prestadores de serviços públicos como bombeiros, polícia, entre outros, ficando apenas contatos das secretarias municipais.

2 A Fanpage (<https://www.facebook.com/prefeituramunicipaldeilheus>) criada em 2013 foi desativada pela atual administração (2017-2021), que criou novo endereço: <https://www.facebook.com/prefeiturailheus> e conseqüentemente nova gestão da página.

3 O Airbnb uma comunidade confiável para que as pessoas anunciem e reservem hospedagens em residências de autóctones pela internet, bem como propõe ao visitante experimentar a cidade sobre a lógica do anfitrião.

4 Por questões estruturais, facilidade de acesso a informações, e mesmo por maior conhecimento empírico do lugar, optou-se por desenvolver o estudo a partir da *Fanpage* da Prefeitura Municipal de Salvador.

Assim, esta abordagem apresenta o caminho percorrido para se chegar à ideia e a formulação teórica que a sustenta enquanto pesquisa científica. No primeiro tópico – Construção do estudo: da prática à cientificidade – tem-se uma narrativa sobre a experiência da Secretaria de Comunicação da Prefeitura Municipal de Ilhéus, considerando a criação do sítio virtual e estratégias de interação. Embora estes tenham sido estruturados a partir de estudos científicos, optou-se por não trabalhar com conceitos teóricos neste momento. Preocupa-se em descrever aspectos técnicos, relatando como se chegou à formulação da problemática de doutoramento.

No segundo tópico – Memória digital e a propagação de discursos sobre a cidade turística – há uma abordagem teórica sobre memória, mediações digitais e produção de discursos sobre o destino. A proposta é apresentar uma problematização sobre a temática, estabelecendo uma interconexão entre os elementos apontados. Por fim – Da memória ao planejamento: uma proposição metodológica – apresenta-se uma perspectiva para, a partir da memória digital, identificar expectativas de residentes e turistas que podem fundamentar a gestão da comunicação pública e o planejamento urbano.

Busca-se fomentar uma relação prática – cientificidade – prática, apresentando uma discussão sobre a transposição de conhecimentos científicos à elaboração de processos comunicacionais na esfera pública voltada para o desenvolvimento da cultura turística. Observa-se que a elaboração do planejamento urbano prescinde de contextualizações teóricas e práticas que possam gerar compreensões da realidade local a partir das diferentes perspectivas e interesses de residentes, empresários e turistas que dinamizam a referida cultura.

Construção do estudo: da prática à cientificidade

Conforme proposto em produções anteriores (COSTA, 2004; 2005), a cidade virtual turística corresponde à disponibilização de aspectos do urbano do centro receptivo no ciberespaço da internet,

promovendo informações, prestação de serviços públicos e/ou privados, interatividade e comércio eletrônico, constituindo extensões da cidade. Devem-se disponibilizar conteúdos específicos sobre história, meio ambiente, economia, dados demográficos e demais aspectos descritivos sobre o município. Isso inclui características de atrativos, sugestões de roteiros, peculiaridades da população local, relação de restaurantes, hotéis, bares, museus, cinemas, serviços úteis, entre outros aspectos que compõem a dinâmica do centro receptivo, com seus respectivos links, facilitando o comércio eletrônico e a agilidade de ações.

Ainda, ressalta-se que a construção de sítios virtuais deve considerar as características da internet (hipertextualidade, metamorfose, heterogeneidade, multiplicidade de atitudes, exterioridade e mobilidade dos centros), gerando uma interface que promova fácil navegabilidade e articulações entre setores que dinamizam o lugar. Os conteúdos e aspectos destacados foram a base para a construção do site da Prefeitura Municipal de Ilhéus, disponibilizado a partir de junho de 2013. Também se preocupou em disponibilizar horários de funcionamento e links de serviços úteis, a exemplo de bombeiros, polícia, hospitais, coleta de lixo e transportes urbanos.

Caixa de diálogo direto com o usuário foi criada, mas perdeu-se a função por conta da interatividade nas redes sociais. Nesse processo de resignificação da produção comunicativa, o foco das informações produzidas pela Secretaria Municipal de Comunicação sobre a gestão passou a ser a importância e relevância dos fatos públicos para a população, deixando de ser um mero instrumento a serviço da administração e divulgação política. Preocupou-se em utilizar a comunicação como um vetor de ampliação da cidadania e estímulo à interatividade entre os setores internos da prefeitura, e, principalmente, entre prefeitura e população, na tentativa de desenvolvimento de uma gestão da comunicação participativa influenciada por princípios da educomunicação⁵.

5 De acordo com Soares (1999), educomunicação corresponde ao conjunto de ações

O sítio virtual, incluindo suas páginas nas redes sociais, tornou-se uma extensão da cidade, no qual o usuário da internet tinha possibilidades de não apenas conhecer aspectos locais, mas também de emergir pelos diversos caminhos do ciberespaço, executando ações e criando seus próprios roteiros virtuais referentes ao município, passando por aeroporto, rodoviária, comunidades, diversidade cultural e ambiental.

Com a disponibilização dos conteúdos e interatividade, a página da Prefeitura Municipal logo passou a ocupar o primeiro lugar no sistema de busca de Google (anteriormente ocupava o final da primeira página), indicando maior índice de acessos. Por meio da *fanpage*, a população local começou a interagir como a gestão comentando postagens, descrevendo situações sociais, sugerindo intervenções, demonstrando a preocupação com o desenvolvimento socioeconômico da cidade, especialmente, no que se referia ao turismo, um vetor importante da economia local.

Os comentários dos usuários nas redes sociais eram encaminhados às pastas municipais. Por exemplo, postagens referentes a intervenções no urbano eram direcionadas à Secretaria de Infraestrutura; demandas de estudantes e professores à Secretaria de Educação; temas sobre transparência de recursos à Secretaria de Administração. Mas além de questões urbanas, nos comentários dos internautas também era possível observar aspectos de afetividade para com o município, lembranças pessoais, descrição da história e perspectivas do futuro.

Em suas manifestações, o usuário deixava seu registro sobre o município, através dos quais era possível perceber satisfações, angústias, anseios, conhecimentos, afetividade, sentimentos de pertença, práti-

inerentes ao planejamento, implementações e avaliação de processos, programas e produtos destinados a criar e a fortalecer ecossistemas comunicativos, qualificados como abertos e participativos, garantidos por uma gestão democrática dos processos de comunicação nos diferentes ambientes de relacionamento humano, envolvendo, no caso, em igualdade de condições, a comunidade como um todo, seja ela educativa ou comunicativa, e as condições de expressividade dos indivíduos e grupos humanos, mediante práticas culturais e artísticas, assim como através do uso dos recursos disponibilizados pela era da informação.

cas sociais e demais aspectos que apontavam para suas percepções e relações com o lugar. Pela oferta de informações e serviços turísticos, os visitantes também passaram a procurar informações no *site* e a interagir com a gestão, comumente em busca de orientações sobre peculiaridades da cultura, da natureza e sobre praticidades do local.

A experiência de Ilhéus estabelece a cidade virtual como um processo de mediação que promove o ciberespaço como uma explosão semiótica, com conteúdos referentes a percepções e experimentações do usuário sobre o lugar. A cidade virtual é uma semiosfera⁶ dotada de discursos sociais que possibilitam a produção de diferentes semioses sobre o espaço físico e sobre as práticas nele desenvolvidas. Nesse contexto, reitera-se que há uma proliferação intensa de sentidos sobre os lugares no ciberespaço, considerando apenas comunicações oficiais. Assim, começou-se a pensar a *fanpage* da Prefeitura Municipal como um campo fértil de estudo da memória coletiva sobre o lugar e sua apropriação pelo planejamento urbano.

Nesse sentido, compreende-se que um estudo sistematizado dos discursos propostos colabora com a elaboração do planejamento urbano e também para a própria gestão da comunicação organizacional, já que pelo processo de mediação é possível desenvolver estratégias operacionais, fundamentadas na participação popular, ainda que esta não seja intencionalmente estimulada. Por essa observância, emerge a questão central da proposta de doutoramento, sintetizada neste ensaio: como a memória coletiva identificada a partir das interações em redes sociais pode colaborar para o planejamento urbano?

A pesquisa envolve uma preocupação com a produção de sentidos da cidade, a partir da comunicação na internet e da experimentação do urbano, visto que a memória é fruto das percepções e vivências dos cidadãos em uma determinada localidade e está manifesta em discursos (perspectiva discutida no próximo tópico). Portanto, consi-

⁶ Conforme pondera Volli (2007), semiosfera corresponde ao âmbito no qual circula ideias, mensagens, sinais, artefatos, hábitos, mercadorias e pensamentos. Segundo o autor, o termo associa-se ao que Morin (1991) entende como noosfera.

dera-se que a resposta à questão proposta deve partir de uma contextualização sobre percepções, interações na internet e no espaço físico e sistemas de representações dos cidadãos sobre a cidade.

Desenvolveu-se uma problemática científica que relaciona três áreas de investigação – comunicação organizacional, práticas sociais e turísticas, e memória coletiva – pensando em sua aplicabilidade técnica. Tem-se uma abordagem interdisciplinar voltada para análise de interações sociais em ambientes digitais, práticas sociais e concepções de residentes e turistas com objetivo de colaborar com o planejamento urbano.

Memória digital e a propagação de discursos sobre a cidade turística

Com base em Palácios (2003), pode-se dizer que a memória em rede ou memória digital é identificada tanto a partir do sistema, que armazena e disponibiliza conteúdos, quanto pela ação do usuário, através da qual é possível estabelecer um fluxo entre manifestações individuais e coletivas. Afinal, nas ações do usuário, estão intercomunicabilidades a partir de navegações pelas infovias do ciberespaço, cliques, postagens, compartilhamentos, curtidas entre outras ações que promovem a proliferação de discursos sociais, suscitando diversidade de informações e possibilidades interativas que geram efeitos na produção e recepção de conteúdos.

A memória digital é múltipla, instantânea e cumulativa com grande potencialidade de arquivamento, flexibilidade combinatória e velocidade de acesso do ciberespaço, descreve Palácios (2003). Isso propõe um novo panorama no resgate da memória coletiva, funcionando como uma base de dados para a produção de conteúdos. Nas trilhas de Puhl e Araújo (2012), pode-se dizer que esses dados estocados correspondem uma memória explícita, já que podem ser acessados a qualquer momento. No entanto, os pesquisadores admitem

que pelo ambiente digital é possível a identificação de uma memória implícita, que se autoconstrói a partir da interconexão de conteúdos.

Nesse sentido, ressalta-se, com Dodebei (2006), que essa mediação possibilita compreensões da subjetividade, práticas e racionalidade humanas. Assim, considerando interações no *facebook*, infere-se que a memória digital constitui-se como um elemento indicador da memória coletiva. A memória digital corresponde a um conteúdo inicial, uma primeira manifestação em rede referente a algo do contexto social que está imerso no universo perceptivo, afetivo e cognitivo dos usuários. São percepções iniciais sobre fatos cotidianos, e que apontam para subjetividades e compreensões sobre a cidade, armazenadas em suas memórias individuais.

Autores da literatura clássica, como Le Goff (1994), consideram a memória como uma construção psíquica, intelectual, seletiva e temporal, dotada de sentidos, correspondendo a uma representação cultural. Trata-se de manifestações dos atores-observadores que refletem uma coletividade a partir de suas experiências e observações individuais. Já Halbwachs (1990) explica que momentos vivenciados sensorialmente e não necessariamente compartilhados com o grupo social, constituem uma intuição sensível, que pode, inclusive, manifestar-se como *insight*⁷ a partir de algum estímulo. Lembranças contidas nesta intuição apontam para quadros sociais. Para o autor, a memória se forma a partir de um processo social de reconstrução do passado, tendo caráter múltiplo e reflexivo, de modo que só é possível lembrar o passado se ele estiver presente em contextualizações contemporâneas.

Assim, ratifica-se a memória como uma produção coletiva em locais de sociabilidade e de socialidade, estando associada diretamente à ideia de identidade cultural. Apresenta materialidade, por estar

⁷ Conforme observa Bolshaw (2008), o *insight* é fruto do conhecimento adquirido, mas ocorre normalmente quando menos se espera. Pesquisadores em cognição, como o neurocientista Jung-Beeman, consideram o momento do *insight* surgem com o sentimento de certeza da ideia manifesta.

associada às experiências humanas, sensíveis ou práticas, ocorrendo em locais específicos. Outro estudioso clássico sobre memória, Pierre Nora (1993), diz que esses lugares de memória têm ao mesmo tempo e em graus diversos, sentidos material, simbólico e funcional.

Desse modo, o ciberespaço é um lugar de memória. Como relatado no primeiro tópico, pelos sítios virtuais, o cidadão pode conhecer e participar das atividades culturais, econômicas, políticas, intelectuais das localidades e executar ações interativas (mas isso não implica em experimentação do espaço), constituindo intercomunicabilidades que apontam para memórias digitais explícitas. Estas construções tornaram-se mais dinâmicas com o surgimento das mídias locativas, que reúnem “duas dimensões fundamentais da cibercultura: localização e mobilidade” (LEMOS, 2009, p 91). Nestes espaços de fluxos, o usuário pode compartilhar e deixar registradas suas reflexões e percepções sobre temas de seu interesse, produzindo e disseminando conhecimento, a partir do local exato da experimentação.

Com base em Puhl e Araújo (2012), assinala-se que este processo reforça as memórias das comunidades, favorecendo a identificação de memórias coletivas digitais. Reitera-se, assim, que o ciberespaço fomenta a conexão entre membros de uma mesma comunidade, considerando tanto as localizadas geograficamente quanto as comunidades virtuais⁸. E como favorece o arquivamento e disseminação de conhecimento, permite a proliferação de discursos que se processam na cidade ou referentes a ela.

Para Foucault (2007, 2014), o discurso existe na cultura de modo devidamente estruturado, a partir de perspectivas organizacionais, que funcionam como instâncias de delimitação, como as proposições de uma organização governamental no *Facebook*. Por exemplo, a observância sistemática sobre as interações na *Fanpage* da Prefeitura de Ilhéus, a partir de enunciados propostos pela administração,

⁸ Termo designado por Howard Rheingold, em 1993, para descrever agregações sociais que emergem em rede, ou seja, em estruturas de mediação abertas, capazes estabelecer conexões em diversos pontos.

possibilitava pautar a própria gestão em suas intervenções cotidianas e produções noticiosas. Essa prática reitera, como propõe Peirce (2005), que toda cognição é delimitada por cognições anteriores, e nesta correção estão elementos sógnicos que apontam para a materialidade do discurso, estruturando ecossistemas comunicativos que propõem sentidos sociais.

Chamaremos de discurso um conjunto de enunciados, na medida em que se apoiem na mesma formação discursiva; ele não forma uma unidade retórica ou formal, indefinidamente repetível e cujo aparecimento ou utilização poderíamos assinalar (e explicar, se for o caso) na história; é constituído de um número limitado de enunciados para os quais podemos definir um conjunto de condições de existência (FOUCAULT, p. 143, 2014).

Assim, constata-se que em sítios virtuais é possível identificar diferentes constituições discursivas que apontam para práticas culturais particulares de comunidades com interesses específicos – logo, distintas memórias. Nora (1993) ressalta que há tantas memórias quantos grupos existirem, afinal, infere-se que as interações no ciberespaço rompem a soberania dos discursos. E, mesmo em um espaço governamental, é possível perceber diferentes grupos de interesses que compõem a dinâmica da cidade, através das narrativas que apontam para prazeres e angústias populares.

Ao institucionalizar informações, pode-se dizer, com referência em Foucault (2007), que a gestão tenta tomar para si o poder sobre o fato narrado, delimitando o que deve e o que não deve ser dito, de modo a estabelecer um processo de segregação para impor sua vontade da verdade. Porém, destaca-se que a administração pública não consegue anular na internet aspectos contrários ao seu discurso, ainda que opte por bloquear e excluir manifestações contestatórias em suas páginas. Afinal, ratifica-se, com Santaella (2004), que o usuário da Web possui capacidade de interagir com as diversas interfaces possibilitadas pelo ciberespaço e com o semelhante, velozmente, através dele. Destaca-se nesse processo a emergência das mídias locativas,

que, literalmente, deixam a cidade na palma da mão de quem às possuem.

O cidadão conectado compreende e promove a velocidade informacional do presente e, por isso, desenvolve “sensibilidade perceptiva para leitura de fragmentos de imagens, sons, textos setas, cores e luzes no burburinho da vida urbana” (SANTAELLA, 2004, p. 181). Isso favorece a um processo mais intenso e mais veloz de trocas comunicativas, possibilitando proliferações de sentidos atribuídos aos discursos, cuja materialidade está na cultura, nas experiências. Estas se encontram imbricadas na memória coletiva onde estão alojadas as disparidades socioeconômicas e divergências de interesses que compõem a dinâmica do lugar e indicam suas culturas específicas.

O turismo constitui mais uma cultura do lugar. Como observa Levy (1996), trata-se da mais virtual de todas as culturas, já que sua característica principal é a mudança, a transformação. Há perspectivas específicas de residentes e de visitantes que apontam para modos diferentes de produção, consumo e percepção do espaço, se materializando como uma cultura particular: a cultura turística. No entanto, a partir da experiência de Ilhéus, e com base em Ribeiro e Souza (2015), nota-se que nas postagens da prefeitura em sua *fanpage*, o turismo não penetra em reverberações discursivas específicas sobre a cidade, visto que ele não faz parte do cotidiano do lugar. Isso aponta para a importância de se perceber, a partir de plataformas específicas, como o Airbnb, aspectos cognitivos e afetivos do turista sobre o local que ele elege como destino.

O Airbnb possibilita a conexão direta entre viajantes e anfitriões, apontando para um olhar específico da cidade, sob a perspectiva do visitante. As relações pela plataforma parecem negligenciar regras municipais e do próprio *trade* turístico, já que os acordos são realizados diretamente entre as partes, conforme suas subjetividades, disponibilidades, interesses e condicionantes da própria comunidade virtual. O Airbnb institui regras próprias de contratos comerciais entre residentes e turistas, e propõe a estes a experimentação do lugar

fora do contexto de atrativos turísticos delimitado pelas instituições tradicionais (governo e trade), convidando-se à *flanerie* pela cidade⁹.

Assim, ratifica-se que na cultura turística há diversas narrativas e diferentes sentidos sociais, constituindo semiosferas no lugar. Desse modo, a cidade turística pode ser interpretada como um corpo integrado dotado de narrativas culturais. Cada um dos seus aspectos (atrativos turísticos institucionalizados e os espaços que não estão neste conjunto) admite significados próprios, que podem ser compreendidos tanto em seu interior, isolados ou na inter-relação entre eles, quanto fora de suas fronteiras.

Como constatado anteriormente (COSTA, 2004), a cidade turística corresponde a uma unidade formada por aspectos naturais, sociais, históricos, políticos, econômicos que especificam culturas evidenciadas por suas formas organizativas e atividades desenvolvidas para a promoção da vida em comum. Uma unidade que deve se atualizar continuamente, propondo ressignificações de suas funções e valores, dinamizando a cultura e assegurando o fluxo da população flutuante.

Essas percepções apontam para um movimento contemporâneo de ruptura das segmentações mercadológicas do turismo e convidam a reflexões sobre formas de elaboração e execução do planejamento urbano das cidades turísticas, associando perspectivas de residentes e visitantes em uma unidade (que é a cidade em sua totalidade), e não mais na edificação de espaços turísticos como ainda propõem governos brasileiros, a exemplo do próprio município de Ilhéus. Ressalte-se, com Dodebei (2006), que a mediação digital cria um fértil terreno de pesquisas sobre a produção do conhecimento, possibilitando compreensões da subjetividade, práticas e racionalidade humanas.

Portanto, propõe-se que a análise da memória coletiva a partir de espaços como a Fanpage da Prefeitura Municipal de Ilhéus e o

9 https://www.buzzfeed.com/airbnbbrasil/dicas-para-curtir-uma-cidade-como-um-morador-local-curte?b=1&utm_term=.hdbRJNrmRJ#.dbjqGlpmqG

Airbnb podem colaborar para esta perspectiva. Neste território informacional, pode-se dizer com base em Lemos (2009), que os cidadãos concentram o registro de suas experimentações como ponto de ligação entre o individual e o social, gerando uma relação material e simbólica do homem com as coisas e com o mundo. Isso aponta para o dinamismo da cultura e indica a necessidade de contínuos processos de reconfigurações e ressignificações do ambiente urbano, ações que devem ser realizadas a partir do devido planejamento.

Para tanto, é preciso um estudo sistematizado dos discursos contidos nas manifestações no ciberespaço, tanto institucionais quanto populares. No entanto, verifica-se que esta investigação deva partir de uma contextualização interdisciplinar já que envolve percepções, relações e sistemas de representações. No caso específico deste artigo, considera-se a correlação de três áreas de investigação – comunicação, turismo, e memória coletiva – pensando em sua aplicabilidade técnica junto ao planejamento urbano. Esta perspectiva fundamenta-se em Moesch (2000), que compreende o turismo com um fenômeno complexo que entrelaça diversos setores da ação humana, e em Ribas (2012), que percebe a localização temática da memória como um objeto de estudo transdisciplinar.

Nosso problema de pesquisa é compartilhado pelos campos da Comunicação, do Jornalismo, Cibercultura, Ciências da Informação, Memory Studies, Estudos Culturais, Psicologia, Antropologia, Neurociências. A lista poderia ser prolongada, abrangendo possivelmente a quase totalidade de áreas de investigação acadêmica. A localização temática da memória enquanto objeto de estudo é transdisciplinar (MORIN, 1999; NICOLESCU, 2000, ASSMANN, 2011a, 2011b3), tendo como fator comum, a partir dessas várias perspectivas, a atualização da problemática a partir de sua (re)definição e potencialização pelas tecnologias digitais e pela constituição de uma rede global em que a memória passou a ter um ambiente privilegiado de (re)construção (RIBAS, 2012, p. 17)

Nesse sentido, considera-se a relação entre a semiótica peirceana

e as regularidades discursivas de Foucault (2014) como um caminho para estabelecer a sistematização pretendida, já que as duas perspectivas propõem ligações entre aspectos do sensível, da experiência e da representação para descrição e análise dos fenômenos, exigindo interconexões entre diferentes áreas de investigação. Perspectiva discutida no tópico seguinte.

Da memória ao planejamento: uma reflexão metodológica

A reflexão proposta aqui se dedica a apreender um sistema de investigação que permita interligação de diferentes discursos sociais, pensando em sua colaboração com o planejamento urbano da cidade turística, propondo o estudo dos fenômenos culturais como sistemas de significações, esmiuçando suas complexidades. Segundo Peirce (2005), pioneiro no estudo, semiótica é a ciência geral dos signos – estruturas de representações vinculadas a aspectos culturais. A eleição de elementos sógnicos perpassa pela subjetividade e vivências dos indivíduos. Estes se constituem como aspectos da memória por estarem imbricados na mente, permitindo um sentimento de pertença a uma cultura.

O método propõe ligações entre códigos, linguagens, ações e pensamentos constituindo-se como uma possibilidade de compreensão das relações sociais, a partir de leituras do mundo verbal e não verbal. Para tanto, Peirce (2005) compreende os fenômenos, por meio da concepção triádica do signo – primeiridade (qualidade), secundidade (relação), terceiridade (representação). Conforme explica Santaella (2004), a primeiridade corresponde ao nível do sensível, do sentimento, da qualidade. Está associada à formulação de hipóteses, pois se trata de manifestações apenas no nível das ideias, anteriores às relações. Estas compreendem o nível da secundidade, refletindo as experimentações e vivências. Já a terceiridade corresponde a formulações dos conceitos. Sucedem as relações, estando vinculadas a leis culturais, por isso, funcionam como representações sociais.

O modelo de Peirce (2005) não estabelece respostas e ideias concretas sobre o fenômeno, mas permite a identificação e organização de discursos, contemplando diferentes perspectivas. É nesse contexto que Maccannell (2003) propõe a apropriação da semiótica peirceana ao estudo do turismo. O autor aponta para a possibilidade de identificação das percepções e formulações cognitivas de residentes e turistas sobre os lugares, compreendendo a relação entre comunicações, experimentações e representações. Na mesma direção, Culler (1990) estabelece que a semiótica peirceana colabora para a interpretação do lugar, propondo aos turistas informações mais aprofundadas sobre os atrativos e características sociais dos centros receptivos, de modo a proporcionar experiências mais significativas. Para ele, processos semióticos colaboram para interpretação dos códigos culturais.

Mas a perspectiva aqui vai para além da identificação de sentidos. Como observado anteriormente (COSTA E ALVES, 2016), a semiótica possibilita uma constituição metodológica para se pensar o planejamento urbano da cidade turística a partir das semioses sociais. Propõe-se a utilização da sistemática peirceana para correlacionar as significações propostas pelas informações às experimentações dos cidadãos, bem como aos elementos que eles identificam como representações do lugar. Infere-se que esta sistemática coopera para identificar os sentidos do urbano e as perspectivas populares, que podem funcionar como diretrizes para elaboração e execução do planejamento.

Portanto, análise das comunicações produzidas por instituições corresponde ao nível de primeiridade, por estabelecerem qualidades ao local. Como o estudo sugerido parte da interatividade no ciberespaço, a abordagem em nível de secundidade inicia-se a partir dos comentários do usuário da internet sobre as proposições da primeiridade. Com base em Santaella (2005), observa-se que as manifestações dos usuários da Web correspondem a um objeto imediato, porque se trata de uma primeira interação, não apresentando toda a complexidade que envolve a relação do cidadão com a cidade. Por isso, é

preciso ir a campo, manter contato direto com ele para pontuar suas experimentações e extrair suas formulações e argumentações sobre o urbano. Assim, identificam-se elementos da secundidade e obtêm-se subsídios para apreensão de aspectos que constituem o nível da terceiridade (da representação).

No entanto, Santaella (2006) observa que a semiótica é apenas uma parte no processo de produção do conhecimento e se torna definível em função de um conjunto que envolve a relação com outras estratégias de investigação. Assim, sugere-se uma adequação do estudo semiótico às regularidades discursivas propostas por Foucault (2014). O autor delimita táticas para formulação e operacionalização do estudo do discurso.

Foucault (2014) propõe formação das estratégias, delimitação do objeto e seu confronto com ideias temáticas e teóricas; as formações discursivas, que são os elementos da análise contidos no próprio contexto dos discursos; e a formação de modalidades enunciativas, que colaboram para compreensão das particularidades da disciplina contidas nos objetos, caracterizando o poder de quem fala e de quem reproduz as ideologias propostas pelas instâncias de delimitação, bem como aponta para a formação dos conceitos.

A formação de estratégias corresponde à delimitação do processo de investigação, incluindo técnicas operacionais, períodos, instrumentos de pesquisa, formas de abordagens e demais aspectos que vão possibilitar as demais etapas. Daí, a delimitação do objeto e formação discursiva correspondem ao conjunto de enunciados marcados pelas mesmas regularidades que serão pontos de partida para a investigação. Na sistematização pretendida, consideram-se os enunciados da gestão na *Fanpage* da Prefeitura e os anúncios do Airbnb como os pontos de partida, já que são comunicações, notícias, informações configurando-se, portanto, como hipóteses sobre o lugar. Por isso, devem ser analisadas em nível de primeiridade, considerando o título dos enunciados como qualisigno, as fotografias comportam-se como ícones, e o texto do enunciado, que são comentários da gestão, corres-

pondem ao rema/hipótese (figura 1).



Fonte: <https://www.facebook.com/prefeituramunicipaldeilheus/?fref=ts>.

A partir do conteúdo gerado pelo usuário da internet, inicia-se a investigação em nível de secundidade. Considera-se a manifestação (FIGURA 2) como o sinsigno, porque estabelece relação entre a informação institucional e a dinâmica daquilo que ele representa – seu grupo cultural. Como a secundidade refere-se à experimentação, verifica-se a necessidade de contactar o usuário (a partir da própria rede) para identificar, através de questões devidamente elaboradas, índices e dicentes, que correspondem às práticas dos sujeitos e formulações sobre elas. Infere-se que a secundidade corresponde à delimitação das modalidades enunciativas propostas por Foucault (2014), possibilitando identificar critérios de competência e de saber do cidadão..



Fonte: <https://www.facebook.com/prefeituradeilheus/?fref=ts>

O nível da terceiridade relaciona-se à formação dos conceitos no contexto das regularidades discursivas do Foucault (2014). Em Peirce (2005), este é o momento da representação, das informações consolidadas na mente de anfitriões e visitantes a partir de suas hipóteses, percepções e experimentações sobre a cidade. Desse modo, observa-se que os legisignos, símbolos e argumentos estão ligados ao domínio da memória relacionando-se em hábitos retóricos, contendo aspectos afetivos, cognitivos e perspectivas dos cidadãos referentes à cidade e a seus aspectos culturais.

Para Foucault (2014) o que permite a delimitação do grupo de conceitos de uma formação discursiva é o modo como as formas de sucessão, de coexistência e os procedimentos de intervenção estão relacionados entre si, promovendo as significações dos discursos.

A maneira, por exemplo, pela qual a disposição das descrições ou das narrações está ligada às técnicas de reescrita; a maneira pela

qual o campo da memória está ligado às formas de hierarquia e de subordinação que regem os enunciados de um texto; a maneira pela qual estão ligados os modos de aproximação de desenvolvimento dos enunciados e os modos de crítica, de comentários, de interpretação de enunciados já formulados etc. É esse feixe de relações que constitui um sistema de formação conceitual (FOUCAULT, 2014, p. 70-71).

Nesse sentido, infere-se que esta sistematização possibilita observar aspectos dos conceitos sociais sobre o lugar, identificando demandas sociais que podem ser resolvidas a partir do devido planejamento. Pois a análise proposta aponta para a necessidade de uma flexibilização do olhar sobre o espaço e chama a atenção para a implementação de ajustes necessários conforme mudanças mundiais e locais. Esse olhar vigilante possibilita a promoção de respostas rápidas aos problemas e necessidades que surgem com as dinâmicas sociais, rompendo a dicotomia entre projeto e execução.

A sociedade exige novas respostas, mais rápidas, aplicáveis e flexíveis. A natureza de planejamento e gestão enquanto ações humanas e aos seus novos enfoques advindo das mais diversas áreas do conhecimento humano. Essas novas situações exigem algumas alterações e transposição de obstáculos, muitos deles históricos. A primeira barreira transposta está na superação da dicotomia entre planejamento e implementação, ou de uma forma mais prática, entre projeto e execução. Quando se entende que a ação de planejar continua na gestão, a proposta e a implantação, estão ligadas desde sua essência, pois um processo sem o outro é simplesmente inócuo (ANJOS e LIMBERGER, 2016, p. 12).

Como base nos autores, infere-se que as memórias coletivas possibilitam uma visão integrada e sistêmica entre planejar e implementar. Assim, a análise contínua em níveis de primeiridade e secundidade é fonte para o desenvolvimento de planos e estratégias operacionais a curto prazo, porque são indicativos de necessidades ou vontades emergenciais, uma vez que se trata da identificação de hipóteses e índices sobre o município. Já a análise em nível de terceiridade, per-

mite o planejamento a longo prazo. Nos conceitos, estão centrados aspectos cognitivos e intersubjetividades dos sujeitos, constituindo representações sociais.

Assim, verifica-se que a presente proposta de investigação corresponde à perspectiva de Anjos e Limberger (2016), propondo a busca de um entendimento das questões sociais voltadas para uma aplicação no processo de elaboração e execução do planejamento. O modelo tem caráter descritivo-investigativo; por isso, estabelece inter-relações tanto entre aspectos convergentes quanto divergentes. A observância desses fatores propõe uma complementaridade entre perspectivas sociais, colaborando para a flexibilização do planejamento e da gestão, em um contínuo sistema de avaliação.

O planejamento precisa ser flexível o suficiente para garantir que a gestão de cada processo aconteça de forma contínua e sistêmica, resultando em estratégias eficientes e eficazes social, ecológica e economicamente. A garantia da eficiência e eficácia de cada processo está diretamente ligada à avaliação e reavaliação contínuas, possibilitando ajustes e garantindo a continuidade e a flexibilidade dos processos, indispensáveis neste cenário de fortes incertezas e mudanças. Neste quadro, o planejamento e a gestão territorial precisam apresentar-se como um processo abrangente e flexível e fortemente relacionado à visão sistêmica numa perspectiva processual (ANJOS E LIMBERGER, 2016, p. 12).

Nesse cenário, observa-se que a presente proposta corresponde a uma estratégia operacional que cria perspectivas para a sistematização da comunicação pública e planejamento urbano, observando nuances das populações autóctone e flutuante, fomentando inclusive a utilização do ciberespaço para potencializar processos de educação e governança¹⁰. Assim como a atividade turística, o modelo

10 Conforme ponderam Graham, Amos e Plumptre (2003), governança é um processo de tomada de decisões com base na participação de grupos de interesses que integram uma atividade. Envolve acordos, procedimentos, convenções ou políticas que conduzem a tomada do poder, de decisões e da prestação de contas para a promoção do bem coletivo.

de Peirce (2005) não é estático. Isso implica que a sua aplicabilidade exige um procedimento contínuo de observação e reflexão. Por essa perspectiva, infere-se que a presente proposta se constitui como um instrumento de análise para a elaboração do planejamento urbano da cidade turística.

Considerações finais

A memória digital permite a identificação de interdiscursos das memórias coletivas, constituídos pela história, percepções sobre o urbano, relações socioeconômicas e de poder que configuram interesses específicos dos grupos que dinamizam a cidade e geram seus conflitos. Por isso, plataformas interativas, a exemplo do *Facebook* e do *Airbnb*, cooperam para a produção de sentidos do lugar e apontam para as necessidades de reconfigurações e ressignificações do urbano.

Portanto, o estudo da memória digital contribui com o debate a respeito da cultura turística, possibilitando, uma visão sistêmica e interdisciplinar sobre indicadores importantes para a construção de uma gestão integrada e sustentável. Afinal, interações em redes sociais podem subsidiar o planejamento urbano, gestão da comunicação e tomadas de decisões.

Nesse sentido, ratifica-se que um estudo sistematizado dos discursos produzidos em redes sociais colabora com a construção da gestão com base em princípios de educomunicação e governança, estabelecendo processos democráticos para a criação e fortalecimento de ecossistemas comunicativos que fomentam a cultura turística. As estratégias operacionais derivadas do processo de mediação digital podem ser configuradas como táticas de uma gestão participativa, ainda que estas não sejam intencionalmente estimuladas, ou melhor, principalmente porque não o são, partindo da espontaneidade do cidadão.

Referências

- ANJOS, Francisco Antônio de & LIMBERGER, Pablo Flores. **Destino turístico e gestão integrada**. IN: VII Fórum Internacional de Turismo do Iguaçu. 12 a 24 de junho de 2013, Foz do Iguaçu. <http://festivaldeturismodascataratas.com/wp-content/uploads/2014/01/19.-DESTINO-TUR%C3%8DSTICO-E-GEST%C3%83O-INTEGRADA.pdf/>. Acesso em 20 de setembro de 2016.
- BENJAMIN, Walter. **Charles Baudelaire: um lírico no auge do capitalismo**. São Paulo: Brasiliense, 1989.
- BENI, M. C. **Análise Estrutural do turismo**. (4th ed.). São Paulo: Senac, 2001.
- BOLSHAW, Marta (2008). A psicologia cognitiva e a natureza do insight. IN: <http://martabolshaw.blogspot.com.br/2008/08/psicologia-cognitiva-e-natureza-do.html/>. Acesso em 25 de novembro de 2016.
- COSTA, M. B. F. **Cibercultura e a potencialização da atividade turística**. Dissertação de Mestrado. Universidade Estadual de Santa Cruz: Ilhéus, 2005.
- _____. **Revolução digital e turismo**. A reconfiguração dos espaços e das ações no desenvolvimento das cidades turísticas. In: Lemos, André [org.]. Cibercidades. As cidades na cibercultura. Rio de Janeiro: E-Papers, 2004.
- COSTA, M. B. F. & ALVES, M. L. B. **Epistemologia do turismo: uma contribuição da semiótica de Peirce**. IN: Seminário da Associação Nacional de Pesquisa e Pós-graduação em Turismo. Universidade de São Paulo: São Paulo. de 27 a 30 de setembro de 2016.
- <http://www.anptur.org.br/anptur/anais/v.12/DFP1/558.pdf/>. Acesso em 10 de dezembro de 2016.
- CULLER, Jonathan. **The Semiotics of Tourism**. University of Oklahoma Press, 1990.
- DODEBEI, V. Patrimônio e Memória digital. Revista eletrônica em ciências Humanas: Morpheus. 4(8), 2006. <http://www4.unirio.br/morpheusonline/numero08-2006/veradodebei.htm>. Acesso em 5 de maio de 2015.
- FOUCAULT, M. **A ordem do discurso**: aula inaugural no College de

France. Pronunciada em 2 de dezembro de 1970. 15 Ed. São Paulo: Loyola, 2007.

_____. **A Arqueologia do Saber**. 8 Ed. Rio de Janeiro. Forense Universitária, 2014.

GRAHAM, J., AMOS, B. & PLUMPTRE, T. **Principles for Good Governance in the 21st Century. Policy Brief** . Nº. 15. Institute on Governance, Canada: Ottawa, 2003.

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

LE GOFF, J. **Memória**. In: **História e Memória**. Campinas: Unicamp, 1994.

LE MOS, A. **Bodynet e netcyborgs**: sociabilidade e novas tecnologias na cultura contemporânea. In: Rubin, A. A. C., at all. Comunicação e sociabilidade nas culturas contemporâneas. Petrópolis: Vozes, 1999.

_____. **Cibercidades**. In: Lemos, A. & Palácios, M. As janelas do ciberespaço. Porto Alegre: Sulina, pp. 9-38, 2001.

LÉVY, Pierre. **O que é o virtual**. São Paulo: 34, 1996.

MACCANNELL, Dean. **El Turista**: una nueva teoría de la classe ociosa. Cd. Melusina, Barcelona, 2003.

MERLEAU-PONTY, Maurice. **Fenomenologia da percepção**. 2 Ed. São Paulo: Martins Fontes, 1999.

MOESCH, Maruscka. **A produção do saber turístico**. Contexto: São Paulo, 2000.

NORA, P. **Entre memória e história**: a problemática dos lugares. Projeto História, São Paulo, n. 10, pp. 7-28, 1993.

PALÁCIOS, Marcos. **Ruptura, continuidade e potencialização do jornalismo on-line: o lugar da memória**. In: MACHADO, Elias & PALACIOS, Marcos (Orgs), Modelos do Jornalismo Digital, Salvador: Editora Calandra, 2003.

PEIRCE, Charles S. **Semiótica**. 3 Ed. São Paulo: Perspectiva, 2005.

PUHL, P. R. e ARAÚJO, W. R. **You Tube como espaço de construção da**

memória em rede. Famecos. V. 19, n. 3, pp. 705-722, set./dez. Porto Alegre, 2012.

RIBAS, Beatriz. **A memória no ciberjornalismo:** reflexões e aproximações às metodologias de análise. Tese de Doutorado. Salvador: Universidade Federal da Bahia, Faculdade de Comunicação, 2012.

RIBEIRO, J. C. & SOUZA, P. V. **Internet, mobilidade e espaço.** Tecendo relações entre o turismo e serviços baseados em localização. Turis Nostrum. 1(1), 2012. <http://periodicos.ufpb.br/ojs/index.php/tn/article/view/13617/>. Acesso em 23 de abril de 2015.

RHEINGOLD, Howard. **A comunidade virtual.** Portugal: Gradiva, 1996.

SANTAELLA, Lúcia. **Navegar no Ciberespaço:** o perfil cognitivo do leitor imersivo. Paulos: São Paulo, 2004.

_____. **O método anticartesiano de C. S. Pierce.** São Paulo: Unesp, 2004a.

_____. **Matrizes da linguagem e pensamento.** Sonora, visual e verbal: aplicações na hipermídia. 3 Ed. São Paulo: Iluminuras, 2005.

SOARES, Ismar de Oliveira. **Comunicação e Educação: a emergência de um novo campo e o perfil de seus profissionais,** Contato, Brasília, ano 1, n.2, jan./mar. 1999.

VOLLI, Ugo. **Manual de semiótica.** São Paulo: Loyola, 1997.

PARTE III

AUDIOVISUAL, ESTÉTICA E RÁDIO

A VOZ DE BRASÍLIA: UMA CARTOGRAFIA DA RADIODIFUSÃO PÚBLICA EM REDE

Ciro José Peixoto Pedroza

Ouidas assim, de passagem, num passeio rápido pelo dial da Frequência Modulada em Natal, não é tão fácil perceber que várias das emissoras que ocupam esse espaço no rádio nosso de cada dia têm sua programação gerada de outros estados e desembarcam na capital do Rio Grande do Norte por meio de satélites ou pela rede mundial de computadores. Dentre essas, duas em especial são do campo público e integram a rede de emissoras mantidas pelo Senado Federal e pelo Ministério da Marinha – o que, também, não faz muita diferença ao ouvido desatento que acompanha a programação musical ou as notícias que tocam no rádio. A proposta desse artigo é afinar o ouvido para essas duas emissoras – *Senado-FM* e *Rádio Marinha* – e propor uma reflexão sobre o que é ser uma emissora de rádio pública no Brasil.

Introdução

A história “quente” enquanto está a fazer-se, é uma história auditiva, o ouvido torna-se de novo aquilo que era na Idade Média: não só o primeiro dos sentidos (antes do tato e da vista) mas o único sentido que fundamenta o conhecimento (tal como para Lutero fundamentava a fé do cristão). (Roland Barthes, 1915/1980)

Apesar da ausência de números oficiais, é crescente o número de ouvintes em Natal, capital do Rio Grande do Norte, que têm feito da programação da *Rádio Marinha* sua trilha sonora. Seja o motorista solitário em seu carro, o experimentado radialista que a escuta quando está de folga ou o cabeleleiro que fez da 100,1 FM a música ambiente de seu freqüentado salão de beleza. “É a *Rádio Marinha!*... é boa demais. Toca música boa o tempo todo e nem tem propaganda. Eu não sei como é que eles se sustentam. Dia desses eles fecham”, teme o cabeleleiro-ouvinte, que nem sabe que é um dos patrocinadores daquela emissora com o pagamento de seus impostos.

Boa parte dos ouvintes da *Rádio Marinha* também não sabem que aquela emissora que eles costumam sintonizar em Natal (100,1 FM), também pode ser ouvida em mais quatro cidades, uma em cada região do país: São Pedro da Aldeia/RJ, Corumbá/MS, Manaus/AM e Rio Grande/RS. O cabeleleiro também nem desconfia que aquela programação que ele tanto gosta não é produzida em Natal, como ocorre com as outras emissoras que dividem o dial com ela e, sim, no Centro de Comunicação Social da Marinha (CCSM), na esplanada dos Ministérios, em Brasília.

Diferente de outras emissoras do campo público, não pode ser ouvida na capital do país, “por falta de freqüência”, como justifica o capitão de fragata Marcos Simas, responsável pela rádio Marinha junto ao CCSM (SIMAS, 2017). No pequeno estúdio com duas salas, instalado no 3º andar do anexo A do complexo que abriga o Centro de Comunicação Social da Marinha, um casal de oficiais – um capitão e uma tenente, ambos formados em comunicação social – e outros dois militares da reserva se revezam na operação da emissora, produzindo

conteúdo (programação musical, noticiário e entrevistas) e disponibilizando-a para as cinco emissoras da rede, via internet, por meio do software de gestão Playlist. No estúdio da *Rádio Marinha* em Natal, instalado na Base Naval Almirante Ary Parreiras, um locutor acessa a programação e coloca no ar. Ele também é responsável pela produção do noticiário local, *giletado* dos jornais e portais de internet, que é submetido à aprovação do comando da emissora em Brasília, antes de ser gravado e inserido na programação local.

Outra emissora do campo público que pode ser sintonizada em Natal é a *Rádio Senado*, que desde 1997 tem sede e frequência em Brasília, produz 24 horas de programação e gera esse conteúdo, via satélite, para suas retransmissoras¹ instaladas em oito capitais, direto de um complexo de estúdios instalado no Anexo II do Congresso Nacional. A capital do Rio Grande do Norte, aliás, foi a primeira a cidade a receber uma afiliada da *Rádio Senado* (106,9 FM), em 2008, durante a gestão do senador Garibaldi Alves Filho (PMDB/RN) na presidência da casa. Em Natal, a *Rádio Senado* opera em parceria com a FM-Universitária (88,9), emissora vinculada à Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN), que compartilha com ela a antena e abriga seus equipamentos. Nas demais capitais, segundo Marco Reis, diretor da *Rádio Senado*, “essa parceria foi firmada com as Assembléias Legislativas” (REIS, 2017).

A programação da Rádio Senado tem na transmissão, em tempo real, das sessões do plenário e das reuniões das comissões sua principal atração. Entre uma sessão e outra de discursos, a emissora veicula notícias sobre os projetos de lei e propostas apresentadas pelos senadores e produz programas sobre música brasileira, temas culturais e repercute os assuntos discutidos no Senado, tudo intercalado por uma cuidadosa seleção de obras da discografia brasileira. E foi, justamente, essa pluralidade musical que atraiu a atenção do universitário paulistano que passava suas férias de verão em Natal e, por acaso,

¹ Natal/RN, Cuiabá/MT (2009), Fortaleza/CE (2010), Rio Branco/AC (2011), Manaus/AM (2012), João Pessoa/PB (2013), Macapá/AP (2014) e São Luís/MA (2014).

sintonizou a *Rádio Senado*, que ele desconhecia completamente. Enquanto elogia a qualidade da música, o jovem estranha que o Senado mantenha uma rádio que veicula, nos intervalos de sua excelente programação musical, spots divulgando os serviços da instituição e as atividades dos senadores. Ele também se questiona sobre os objetivos de uma emissora como aquela: “Por que eles mantêm uma rádio? Investem nisso para que?”.

Das observações feitas por esses ouvintes dessas duas rádios em rede que operam em Natal que nasceu o desejo de mirar as lupas dessa pesquisa para o campo da radiodifusão pública em rede e traçar, a partir da capital do Rio Grande do Norte e das retransmissoras das rádios do Senado Federal e da Marinha do Brasil, uma reflexão sobre esse modelo de emissora, mantida pelo contribuinte, para promover a imagem positiva das instituições as quais estão vinculadas. Para construir esse pequeno mapa desse segmento da radiodifusão pública no Rio Grande do Norte, tomamos por inspiração a provocação de Jesús Martín-Barbero sobre o trabalho de um cartógrafo, cuja missão é “não só para representar fronteiras”, mas “construir imagens das relações e dos entrelaçamentos, dos caminhos em fuga e dos labirintos.” (2004: 12). Os subsídios que apresentamos aqui são o resultado de anos de prática profissional e de pesquisa sobre o meio rádio, dentro de uma perspectiva mais ampla e mais complexa, como a radiodifusão pública no Brasil e no mundo.

1941/2016: E assim passam os anos...

A radiodifusão no Rio Grande do Norte nasceu no ano de 1938, em Natal, três anos antes da instalação da primeira emissora oficial. Era uma emissora clandestina instalada na casa do seresteiro Porfírio Ferreira da Rocha, na rua Presidente Passos, 546, na Cidade Alta, onde um grupo de mecânicos do Melhoramento do Porto de Natal, comandados pelo compositor Pedro Machado e os comerciantes Carlos Lamas e Carlos Farache, que haviam adquirido uma pequeno

equipamento de transmissão da RCA Victor, fizeram, sem qualquer autorização, as primeiras transmissões de rádio em Natal (SARAI-VA, 1983). Essa infância prematura do nosso rádio pioneiro foi interrompida abruptamente pelo Departamento dos Correios, órgão responsável pela fiscalização e repressão desse tipo de atividade.

Antes disso, as transmissões sonoras que cortavam os céus da capital do Rio Grande do Norte saíam das bocas de ferro do serviço de alto-falantes, criado pelo comerciante Luiz Romão, ainda em 1938. O *Indicador da Agência Pernambucana*, como era chamado o serviço, reproduzia discos e saudava as pessoas da sociedade na voz de Francisco Bulhões (MOURA JUNIOR, 1998) e, durante a Segunda Guerra Mundial, passou a reproduzir as transmissões da BBC de Londres, reunindo centenas de pessoas em torno de seus conjuntos de alto-falantes (SEVERO NETO, 1980). Somente em 29 de novembro de 1941, a *Rádio Educadora de Natal (REN)* entrou no ar, na frequência de 1.270 KHz, com a leitura feita pelo locutor Genar Wanderley de uma Ave Maria escrita por Luís da Câmara Cascudo (GOMES E DUARTE, 2016). Em fevereiro de 1944, porém, a *REN* mudou de dono e de nome.

O todo poderoso Assis Chateaubriand (1892-1968) adquiriu o controle da emissora e a incorporou aos *Diários e Rádios Associados*, com o nome de *Rádio Poti*, em um episódio até agora pouco explicado. A estratégia utilizada, com sucesso, por Chateaubriand em Natal, foi a mesma tentada por ele em Fortaleza (SÁ, 2013), quando assumiu o controle da *Ceará Rádio Clube*, do empresário João Dummar, que tinha em comum com os pioneiros de Natal o fato de serem nascidos no estrangeiro: Carlos Lamas, da *REN*, era chileno e João Dummar, da *Ceará Rádio Clube*, era sírio. Os dois sofreram uma pressão enorme por parte de Chateaubriand que, valendo-se do clima de guerra, aterrorizava os proprietários de emissoras e jornais nascidos no estrangeiro para se apossar das empresas, pagando preços simbólicos, em suaves e módicas prestações mensais.

A década de 1950 foi pródiga para a radiodifusão em Natal, com

o surgimento das rádios *Nordeste* (1954), *Cabugi* (1954), *Emissora de Educação Rural de Natal* (1958) e a *Trairy* (1960). Só no começo dos anos de 1980 é que o mercado de emissoras de rádio voltou a se aquecer com a chegada das emissoras de Freqüência Modulada (FM) e de uma AM estéreo, a *rádio Eldorado* (1330 KHz), em 1988. Aguardada com enorme expectativa, a Freqüência Modulada (FM) chegou a Natal em 1981, com a *Natal Reis Magos FM Estéreo*, operando em 96,7 KHz e adotando uma programação naquele que se entendia ser o padrão FM de fazer rádio: música brasileira e internacional, geralmente orquestrada ou instrumental, locução sóbria e um mínimo de comerciais.

Outras emissoras que se seguiram à *Reis Magos-FM*, adotaram o mesmo modelo, como a *Rádio FM Cidade do Sol*, instalada em dezembro de 1986. Até que a pioneira resolveu mudar e, sob críticas, voltou-se para o público jovem e de baixa renda, adotando uma programação popular, sustentada na atuação de seus comunicadores, muitas promoções e música *importada* das rádios AM. E eis que, da noite para o dia, a *Reis Magos FM... Natal em suave e bom som* deu lugar à *96 FM, jovem como você*. Pouco depois, as duas emissoras pioneiras no FM natalense ganharam a companhia da *FM-Tropical* (103,9 FM), hoje *Mix-FM*, vinculada à local Rede Tropical de Comunicação e a *Paraíso-FM* (102,9 FM), vinculada à Rede Transamérica de Rádio (via satélite), hoje controlada pela Igreja Universal do Reino de Deus.

Atenção emissoras para a formação de rede...

As primeiras redes de rádio nasceram em 1926, nos Estados Unidos, com as transmissões produzidas nos estúdios da *Radio Corporation of América (RCA)* e compartilhadas com dezenas de emissoras pela rede *NBC*. Não demorou muito e a *CBS* também passou a investir em rádio. Ambas as redes tinham suas próprias emissoras e passaram a atrair outras estações, na condição de afiliadas, chegando dez anos depois à marca de mais de uma centena de rádios transmitindo

seus programas e, principalmente, seus anúncios (STRAUBHAAR e LaROSE, 2004). O principal argumento apresentado pelos operadores dessas redes, para atrair interessados, é a economia de escala e a criação de mercados nacionais de propaganda, que atraem novos investimentos em propaganda e favorecem a produção de programas de alta qualidade que, geralmente, tinham suas despesas compartilhadas por muitas emissoras. Quando surgiram, nos Estados Unidos, por exemplo, “as redes permitiram que as orquestras e grupos mais populares atingissem todo o país” (STRAUBHAAR e LaROSE, 2004: 62).

No Brasil, a primeira e mais antiga rede de rádio brasileira nasceu obrigatória, na década de 1930, por decisão do presidente Getúlio Vargas, com o objetivo de retransmitir o programa *A Voz do Brasil*, produzido inicialmente pela Rádio Nacional do Rio de Janeiro e, depois, pela Nacional de Brasília, a partir dos anos 1960. Depois dela, veio a *Cadeia Verde-Amarela*, criada pelas em estações da família Byington², em 1938, para transmitir os jogos da Copa do Mundo de Futebol na França, mas logo saiu de cena. Para Ferraretto, dois motivos impediram o desenvolvimento da cadeia *Verde-amarela* em moldes semelhantes às redes norte-americanas, um de ordem tecnológica – as transmissões feitas por linhas telefônicas tinham baixa qualidade – e outro político: a Comissão Técnica de Rádio, criada em 1932 pelo governo revolucionário, de Getúlio Vargas, negara às Organizações Byington a concessão dos canais de ondas curtas, única maneira disponível na época para estruturar uma rede verdadeiramente nacional. (FERRARETTO, 2000).

Vinte anos depois, a Rádio Bandeirantes de São Paulo ampliou o feito os Byington e chegou a reunir 400 emissoras com a sua *Cadeia Verde-Amarela Norte-Sul do Brasil*, formada com o objetivo de transmitir as emoções da Copa do Mundo da Suécia (PRADO, 2012: 84).

² Proprietária da indústria eletro-eletrônica Byington & Cia, depois absorvida pela Motorola, também controlava as rádios Cruzeiro do Sul, em São Paulo e no Rio de Janeiro, a Kosmos e a Clube do Brasil. (FERRARETTO, 2000).

Outro exemplo representativo de formação de rede de rádios no Brasil ocorreu após a inesperada renúncia do presidente Jânio Quadros, em agosto de 1961. Diante da impossibilidade da posse imediata do vice-presidente, João Goulart, que se encontrava em viagem oficial à China, assume a presidência da República o deputado Ranieri Mazzilli, presidente da Câmara. O clima de instabilidade política esquentava ainda mais quando os ministros rejeitam publicamente a posse de Jango: “pelos meios eletrônicos de difusão, eles lançaram uma espécie de manifesto à nação, expondo as razões pelas quais não desejavam a posse de João Goulart” (CHAGAS, 2012: 41).

Forças contrárias à posse se arregimentavam nos jornais *O Globo*, *O Estado de São Paulo* e a *Tribuna da Imprensa*, do governador da então Guanabara (hoje Estado do Rio de Janeiro), Carlos Lacerda. Entre os que defendiam a posse da Jango estavam os portuários e os ferroviários, entre outras importantes categorias de trabalhadores, porém, “a reação mais forte em favor de Goulart partiu do Rio Grande do Sul, onde seu cunhado, o governador Leonel Brizola (PTB), reuniu 104 emissoras de rádio do Estado para formar a ‘Rede da Legalidade, pela qual convocava o povo a resistir contra a intervenção dos militares e pela posse de Jango’”. (CHAGAS, 2012: 41)

Quando os militares assumiram o poder em 1964, todas as atenções do governo para a área de telecomunicações se voltaram para a televisão. O rádio parou no tempo. A censura e a ameaça permanente de cassação do direito de funcionamento da emissora foram as armas mais utilizadas pelo Estado, durante esse período, para silenciar as posições contrárias à sua política. Só durante o mandato do presidente João Batista Figueiredo, na fase final do governo militar, é que algumas concessões foram liberadas. Chega a abertura e as eleições indiretas para a escolha do primeiro presidente civil após 25 anos sob o regime militar.

Só a partir da segunda metade da década de 1980, quando ocorre redemocratização do país, o mercado do rádio se aquece com a instalação de centenas de novas emissoras. Durante o governo de

José Sarney, que assumiu o presidência da República com a morte de Tancredo Neves, antes de sua posse, ocorreu uma distribuição de concessões de rádio sem precedentes, sobretudo para deputados e senadores, em troca do apoio à emenda que ampliava o mandato do presidente de quatro para cinco anos: foram mais outorgadas mais de 1.200 concessões comerciais (BORIN, 1991). Durante os governos que sucederam Sarney, as concessões de rádio e TV continuaram a ser utilizadas como moeda política, para agradar aliados e atrair adversários.

Em 1989, a Rádio Bandeirantes de São Paulo realizou a primeira transmissão em rede via satélite, com seu sistema *BandSat AM*, levando sua Rede Bandeirantes de Notícias e seu jornal *Primeira Hora* para dezenas de retransmissoras em todos os estados do país (FERRARETTO, 2000), entre elas a rádio Cabugi de Natal. Nesse mesmo período, a *Rádio Nordeste* (900Khz) encerrou sua produção própria e afiliou-se à Rede L&C³ e as três *Emissoras de Educação Rural* de Natal, Mossoró e Caicó formaram em rede para transmitir o *Jornal de Integração Regional*, um noticioso diário, na faixa do meio dia, com participação simultânea de locutores e comentaristas das três emissoras.

Com esse *boom* de emissoras instaladas e o mercado aquecido para a indústria eletroeletrônica especializada na produção de equipamentos para rádio, criou-se um ambiente favorável ao desenvolvimento de novas redes, visto que muitas dessas concessões caíram nas mãos de políticos que desconheciam completamente o potencial do veículo. O menos complicado e oneroso, acreditaram muitos deles, seria aderir a uma rede nacional de rádio. Por outro lado, estrategistas da mídia comercial enxergaram na formação de redes uma oportunidade para levar a mensagem de seus produtos a um maior número de brasileiros, por um custo mais baixo do que o da TV, em virtude

3 Criada em 1969 por Luiz Casalli, a rede operava por meio do assessoramento a emissoras nas áreas de marketing e comercialização e do compartilhamento de programação (vinhetas e programas), produzidos e veiculados originalmente na *Rádio América*, em São Paulo e distribuídos para 150 emissoras em todo país em fitas cassete, via malote postal.

daquilo que BETTI denominou de simultaneidade da escuta: “por meio das transmissões em rede as pessoas escutam uma mesma voz e compartilham esta audição ao mesmo tempo, em diversas regiões do país” (2010: 2) No Brasil, até 1990, os altos custos impediram a montagem de redes de rádios via satélite, nos moldes das norte-americanas. “Era uma operação mais financeira do que artística, contemplando mais a economia do que a idéia de um veículo com força nacional. Com a queda dos custos de transmissões via satélite, surgiram as franquias” (PRADO, 2012: 400).

A primeira emissora de FM a investir nesse novo filão foi a *Rádio Transamérica*, de São Paulo, que criou uma rede nacional interligando, via satélite, emissoras próprias e outras que se dispusessem a mudar de nome e se afiliar à rede (PRADO, 2000). No Rio Grande do Norte, coube à *Rádio Cidade do Sol-FM* esse pioneirismo, como a primeira ao aderir à Rede Cidade de Rádio, do sistema Jornal do Brasil, em 1988 e virou *Cidadje...* Sua produção local, focada no público classe A, foi substituída por uma programação focada no público jovem, cuja marca principal era a informalidade de seus locutores, que construíram um estilo que se espalhou por todos os estados do Brasil e até pela Europa, onde alguns dos comunicadores formados pela *Cidadje* emigraram. Depois, novas emissoras de FM ocuparam o éter de Natal com programação gerada via satélite, como a sertaneja *Líder-FM* (104 FM), a sofisticada *Antena-1* (Nordeste-FM, hoje *98 FM*) e as dedicadas ao público jovem *Transamérica* (102,9 FM), *Mix* (103,9 FM), e *Jovem Pan* (89,9 FM). As evangélicas *Aleluia* (102,9 FM), ligada à Igreja Universal do Reino de Deus e *Rádio Feliz-FM* (97,9 FM, antiga *Clube-FM*), vinculada à Comunidade Cristã Paz e Vida também estão presentes no dial natalense.

A partir da última década do século passado, constata-se, também, um movimento novo por parte das emissoras que operavam na faixa do rádio Ondas Médias (AM). Das cinco emissoras que operavam em Natal, nenhuma chegou ao novo século com a mesma programação. A *Rádio Nordeste* (900 KHz) foi vendida de portas fechadas

à Igreja Assembléia de Deus, que transformou-a em *Nordeste Evangélica*. Caminho semelhante seguiu a *Paráíso-AM*, que vinculou-se à Igreja Universal do Reino de Deus. Na mesma vereda seguiu a emissora mantida pela Fundação Paz na Terra, da Arquidiocese de Natal, a *Emissora de Educação Rural* (1.090 KHz) esqueceu-se de sua origem e vocação, como protagonista principal da experiência pioneira no Brasil de alfabetização e mobilização popular, por meio das *Escolas Radiofônicas*, e foi arrendada a grupos carismáticos, inicialmente, e, depois, à rede *Canção Nova*, cuja programação é gerada por satélite desde Cachoeira Paulista, no interior de São Paulo.

Até as duas emissoras de maior audiência na cidade, ligadas aos dois principais grupos políticos do estado – as famílias Alves e Maia – aderiram às redes nacionais. A *Rádio Tropical-AM* (1.190 KHz), que sucedera a Rádio Trairy, adquirida da família do coronel Theodorico Bezerra pela família Maia⁴ em setembro de 1984, foi a primeira, ao passar a denominar-se *CBN Natal* e a retransmitir, a partir de 1996, a programação via satélite da *Central Brasileira de Notícias* (MEDEIROS, 2014). Por sua vez, a mais popular emissora de rádio do Rio Grande do Norte, a *Rádio Cabugi* (640 KHz), pertencente ao sistema de comunicação controlado pela família Alves⁵, seguiu o mesmo caminho e virou *Rádio Globo Natal*, em 2002.

Agora em outubro de 2016, passadas duas décadas de sua adesão à rede nacional, a *CBN Natal* se tornou a primeira AM do Rio Grande do Norte – e uma das primeiras do Brasil – a migrar seu sinal para o FM. Curiosamente, a última a se filiar a uma rede nacional foi a pioneira *Rádio Poti*, transformada em *Rádio Clube Natal* e operada via satélite pela *Clube Brasil de Rádio*, rede criada com o que restou

4 A Rede Tropical de Comunicação é formada pela TV Tropical (Record), MTV, Tropical-FM (hoje MIX-FM), em Natal e as rádios Libertadora (Mossoró), Curimataú (Nova Cruz), A Voz do Seridó (Caicó), Ouro Branco (Currais Novos), Centenário (Caraúbas), Cultura (Pau dos Ferros) e Salinas (Macau).

5 Jornal *Tribuna do Norte*, TV Cabugi (Globo), 104 FM de Parnamirim, Rádio Difusora de Mossoró e Cabugi do Seridó (Jardim do Seridó).

das emissoras pertencentes aos Diários Associados⁶. Gerida a partir de Brasília, pela *Rádio Clube Brasília* (ex-Rádio Planalto), a *Clube AM-Natal* passou a retransmitir, simultaneamente, a programação local da *Clube FM* (97,9 FM), instalada em Natal no ano de 2007. Seis anos depois do início de suas transmissões, no primeiro dia de dezembro de 2016, um domingo, a *Clube-FM* trocou sua programação, cujo ponto forte era a música sertaneja e as promoções, para retransmitir, via satélite, a programação gospel da *Rede Feliz-FM SAT*, ligada à Comunidade Cristã Paz e Vida, que arrendara a emissora.

E assim se passaram 60 anos, desde o surgimento da primeira emissora de rádio de Natal e quarenta da chegada da primeira FM, até que se instalasse a primeira rádio do chamado campo público em Natal: a *Rádio Universitária* (88,9 FM), vinculada à Universidade Federal do Rio Grande do Norte, que iniciou suas transmissões em março de 2001. Mais recentemente, o dial de frequência modulada da capital do Rio Grande do Norte ganhou mais duas emissoras de rádio mantidas com recursos públicos: a *Rádio Senado* (106,9 FM), em outubro de 2008 e a *Rádio Marinha* (101,1 FM), em fevereiro de 2013. E o que pode ser apontado como característica que diferencie essas duas emissoras, em especial, com relação às demais que dividem o dial e a audiência do público natalense? Ou será que essa diferença inexistente? Eis aqui algumas questões que precisam ser discutidas com maior profundidade.

Respeitável público

Teoricamente, uma emissora do campo público deveria apresentar-se com um conjunto de diferenciais em relação às emissoras co-

⁶ Em janeiro de 2015, a Rede Clube e o que restou dos Associados vendeu 57,5% de suas ações para a Canadá Investimentos, que controla Sistema Opinião de Comunicação, ligado ao conglomerado médico hospitalar HapVida, que passou a ser o principal controlador da rede. In: www.opovo.com.br/app/opovo/economia/2015/01/19/noticiasjornaleconomia,3379154/hapvida-controla-holding-no-nordeste.shtml. Acesso em 12/12/2016.

merciais que demarcassem claramente sua posição no dial. Como aponta DETONI:

independente daquilo que a mídia comercial possa oferecer, o Estado ainda tem o dever de garantir serviços livres da motivação de lucro e voltados tanto para as necessidades dos indivíduos como membros de uma sociedade e cultura específicas quanto para conteúdos ajustados a interesses e necessidades especiais. O Estado, mesmo numa economia de mercado, mantém um papel insubstituível como promotor do desenvolvimento social, levando em conta não só o crescimento competitivo da sociedade, mas também as necessidades de equidade. (2015: 17)

Na prática, porém, o que mais se ouve são semelhanças entre todas as rádios de FM que operam em Natal, sejam elas mantidas pela propaganda que vendem e veiculam ou custeadas pelos cofres públicos. Do ponto de vista técnico e tecnológico, todas as rádios mantêm, salvo alguma rara exceção, o mesmo modelo de operação, seja ela uma AM, FM, privada, comercial, pública ou comunitária. A característica mais visível de uma rádio estatal ou pública, no entanto, passa despercebida da maioria do público: seu modelo de financiamento.

Enquanto as emissoras comerciais dependem da receita publicitária dos anúncios que irradia, as do campo público não sofrem, necessariamente, com os humores do mercado ou com as pressões advindas desse modelo desenvolvido nos Estados Unidos, no início do século passado, que até hoje influencia a radiodifusão comercial do mundo inteiro. Aqui no Brasil, ao contrário do éter do Tio Sam, o rádio nasceu sob a tutela do Estado, em 1922 e depois migrou, quase que por completo, para o modelo de financiamento sustentado pela venda de publicidade. Até a maior referência de rádio pública em operação, a inglesa *BBC (British Broadcasting Company)*, surgiu, em 1922, por iniciativa de um conglomerado empresarial capitaneado pela British Marconi. A opção pelo modelo estatal foi adotado pelos ingleses em 1923, quando uma comissão de britânicos foi enviada aos Estados Unidos para conhecer de perto a radiodifusão e propor um

modelo a ser adotado no éter da Rainha. Lá:

eles observaram uma corrida em direção a um tipo de rádio dominado pelo entretenimento musical e pago pela propaganda. A comissão britânica viu isso como uma enorme perda do potencial cultural e educacional da mídia. Ao voltarem para casa, eles recomendaram uma fórmula muito diferente: um monopólio público do rádio voltado para a educação e a cultura, financiado por uma taxa de licença paga pelos ouvintes, tudo isso supervisionado por um grupo com a intenção de manter o rádio independente do governo e dos interesses privados, como anunciantes. (STRAUBHAAR e LAROSE, 2004: 59)

E assim foi feito. Em 1926, a BBC foi estatizada pelo governo britânico e virou a *British Broadcasting Corporation* e implementou uma programação bem distinta do padrão norte-americano, que apostava no entretenimento (música, esporte e comédias) para alavancar audiências e faturamento. Por mais de 70 anos, a BBC manteve o monopólio da radiodifusão que, só a partir dos anos 1980, começa a ser quebrado pela “onda neoliberal que varreu a Europa e promoveu movimentos que iniciaram paulatinamente a redefinição dos papéis desempenhados pelo Estado” (DEL BIANCO, ESCH e MOREIRA, 2012:158). Em meio a esse ambiente, novas emissoras privadas, controladas pelas gravadoras de discos, passaram a ocupar o dial das terras da rainha. À exceção da BBC, que tem fonte própria de financiamento:

a maioria das emissoras não comerciais surgiram de iniciativas de governos ou de instituições vinculadas ao aparato estatal e, nesta condição, herdaram uma estrutura administrativa centralizada, marcada pela atuação sem independência editorial e financeira, não submetidas a mecanismos de transparência e accountability⁷.

⁷ “O termo *accountability*, inicialmente utilizado nos campos das ciências políticas como mecanismo de ‘prestação de contas’ dos atos de pessoas que ocupam cargos públicos, foi estendido à comunicação por McQuail (1997) por entender que, pela sua importância social, os profissionais da mídia também estão sujeitos a acompanhamento de suas atividades pelo público para possam ponderar sobre os valores, conflitos e efeitos que provocam na sociedade.” (DEL BIANCO, ESCH e MOREIRA, 2012: 170)

(DEL BIANCO, ESCH e MOREIRA, 2012: 160)

Aqui no Brasil, o Estado sempre financiou as ações da *Rádios Nacional* do Rio de Janeiro – estatizada no governo de Getúlio Vargas, nos anos 1940 – e de Brasília, além da *Rádio MEC*, no Rio e em Brasília, vinculadas ao Ministério da Educação. Esse fato, no entanto, nunca significou que as rádios públicas brasileiras – e muitas outras espalhadas por outros países – não enfrentem dificuldades de ordem financeira e estrutural, nem que seus profissionais e gestores estejam imunes às pressões sobre a definição do conteúdo e linha editorial e de programação, sem contar com as dificuldades inerentes à gestão estatal.

Pesquisa realizada por DEL BIANCO, ESCH e MOREIRA com emissoras públicas de rádio e TV na América Latina, revelou que, pelo fato de estarem direta ou indiretamente “subordinadas a um ordenamento jurídico que nem sempre favorece a gestão administrativa e autônoma” e obriga seus gestores a “enfrentar um sistema burocrático que limita ações de captação e gestão de recursos, contratação e demissão de funcionários e até compra de equipamentos e material de consumo. Para tentar reverter essa condição” (2012:167). O excesso de burocracia comum às repartições públicas também interfere no bom desempenho desse tipo de emissora. Amarrada a limites legais, esses empreendimentos acabam tendo dificuldade de resolver problemas dos mais corriqueiros e vêm comprometida uma das marcas mais fortes no meio Rádio: a agilidade.

Do ponto de vista conceitual, ao contrário do que ocorre na Europa, é praticamente impossível identificar essa diferença na América Latina:

por isso devemos entender o conceito de rádio pública numa perspectiva mais ampla, atendendo não apenas quanto à titularidade jurídica como a função social que cada emissora desempenha. É dizer que, ao meu juízo, uma emissora se converte em pública de verdade não apenas em relação a seu regime de propriedade, mas também quanto a seus conteúdos quando estes se orientam ver-

dadeiramente para a construção da cidadania. (MERAYO, s/d: 4)

Além disso, como apontam LEWIS e BOOTH (1992), para ser considerada como uma Rádio Pública uma emissora deve basear sua atuação em quatro princípios: ter um objetivo não lucrativo, buscar a universalidade do serviço, o controle unificado e a manutenção do bom nível da programação, considerando a audiência como parte susceptível de ser conduzida a certos níveis de prazer por meio de uma programação popular e séria. Para eles, a radiodifusão pública deve oferecer à:

sua audiência o tratamento de cidadão racional, mais que o de consumidor individual motivado pelo interesse próprio. Além disso, os cidadãos a que se dirigem (essas emissoras) formam parte do Estado-nação cujo interesse a organização representa e cujas fronteiras marcam os limites do serviço” (1992: 33-34).

A linha que divide o público do privado também mudou de lugar, nos últimos anos. WOLTON identifica uma série de fatos registrados nos campos políticos, sociais e culturais que, associados à evolução da mídia, “contribuíram para que se possa *falar de tudo*, mexeram com as fronteiras público-privado, fizeram recuar os territórios do sigilo, favoreceram a tomada da palavra e facilitaram essa realidade hoje banal, mas impensável há cinquenta anos: *fala-se de tudo na praça pública*” (2004: 224). É nesse novo ambiente, alimentado pelos ares da democracia, que se travam as discussões sobre os limites do público e do privado. Embora tenha sido gerado sob os auspícios do Estado, o rádio brasileiro desenvolveu-se e expandiu-se, desde seu início, sob a tutela do mercado. A idéia de se criar um modelo público de radiodifusão entre nós só surgiu seis décadas depois da instalação da *Rádio Sociedade do Rio de Janeiro*, durante a elaboração da Constituição Federal de 1988, graças a uma propositura do então senador Artur da Távola, que foi aprovada pela Assembléia Constituinte na forma do artigo nº 223 da chamada *Constituição Cidadã*.

Nele, definiu-se a competência do Poder Executivo para “outorgar e renovar concessão, permissão e autorização para o serviço de radio-

difusão sonora e de sons e imagens, observado o princípio da complementaridade dos sistemas privado, público e estatal” (CF, 1988). Para VALENTE, criou-se aqui:

a idéia de um sistema público, diferenciado tanto do privado quanto do estatal. Pesquisadores e militantes que participaram da constituinte atribuem tal redação que diferencia público de estatal à resistência a este último por causa da então recente experiência com a ditadura militar no país. (2009: 43)

Na realidade, entretanto, esse dispositivo promulgado pela Assembleia Nacional Constituinte, em 1988, nunca foi regulamentado e, portanto, não existe do ponto de vista legal. Essa não concretização do modelo de radiodifusão pública no Brasil, entretanto, não passou incólume. Ao longo dos últimos 30 anos, essa proposta tornou-se objeto de intensa discussão, na academia e entre os entusiastas desse modelo de radiodifusão, fato que, para LEAL FILHO, “foi ótimo, na medida em que ampliou a discussão e aguçou a criatividade de quem quer trabalhar concretamente com essa forma de fazer comunicação” (2009: 15).

Mesmo com todo o esforço empreendido por um grande número de interessados na construção dessa terceira via, o modelo de radiodifusão pública no Brasil não passa de letra morta. A regra que vale para o setor é a mesma estabelecida em 1967, pelo Decreto-Lei nº 236. Mesmo assim, o modelo institucional da radiodifusão brasileira, emergido da constituinte de 1988, segundo Valente:

passou a ter o que poderíamos chamar de duas camadas de regulação: uma presente na Carta Magna, que estrutura o modelo em sistemas; e outra, no plano da regulamentação dos serviços de radiodifusão, que distingue as modalidades de comunicação pelas suas outorgas (comercial, educativa e comunitária). (2009: 43-44)

Esse novo cenário, configurado a partir da Constituição de 1988, passou a atrair a atenção de pesquisadores da comunicação, como CURADO e DEL BIANCO, por exemplo, que identificaram na

bibliografia já produzida pela academia sobre o tema radiodifusão pública no Brasil que “a própria definição de *público* como o primeiro obstáculo na definição de um conceito para radiodifusão pública” (2014: 4-5). Para as pesquisadoras do Observatório da Radiodifusão Pública, há uma outra questão essencial a ser aprofundada nesse debate: o próprio caráter de complementaridade da radiodifusão pública, estabelecido pela Constituição:

em tese, o sistema estatal faria prestação de serviços do governo e apresentaria à população o ponto de vista governamental como componente da variedade de pontos de vista da democracia midiática. O sistema público também como componente importante da variedade democrática seria porta-voz da sociedade, oferecendo pluralidade de opinião e de diversidade cultural sem inter-mediação do governo ou de interesses da iniciativa privada. (2014: 4-5)

O pesquisador que se proponha a estudar a radiodifusão pública no Brasil, porém, não poderá jamais desconhecer e desconsiderar um aspecto importante, da natureza do próprio Estado brasileiro, classificado por Bucci como um *Estado emissor*, que “proclama, enuncia e emite as mensagens. Quanto a ouvir, escutar, receber reclamações da sociedade, nada feito. Aí, ele se fecha” (2015: 15-16). Essa postura pode ser vista na montagem de uma poderosa engrenagem de comunicação, constituída a partir de vultosos – e crescentes – investimentos em uma estrutura de mídia vinculados diretamente ao Estado e colocados à serviço de “uma comunicação unilateral, típica da propaganda mais conservadora, que monologa, sem se abrir ao diálogo.” (BUCCI, 2015, 15-16) Eis aqui uma outra área de conflito.

Os donos da voz

Se o rádio transmitido em rede permite que os ouvintes de centros menores possam ter acesso, em tempo real, a informações e outras atrações no campo do entretenimento, ele acaba por prejudicar as

ações das emissoras em sua área da abrangência, porque o modelo verticalizado geralmente utilizado pelas redes de rádio, limita a presença das produções locais na rede. Para se ter uma idéia, no caso das rádios *Senado* e *Marinha*, a única referência que essas emissoras mantêm com o público ouvinte das cidades em que elas podem ser ouvidas, durante sua programação, é a citação feita pelos locutores do prefixo e da cidade onde a retransmissora funciona.

Um dos grandes desafios dos gestores da programação das emissoras públicas é traduzir, na forma de programas e atrações ofertadas ao público em sua grade, a missão ou função definida para si, dentro do campo de interesses da instituição a qual está vinculada, sem perder de vista um horizonte maior, que é sua própria razão de ser, como relembram Bucci, Chiaretti e Fiorini:

Na democracia – posto que sempre, aqui, estamos considerando a democracia como pré-requisito –, uma emissora pública existe para garantir um direito que tem a sociedade à informação, à cultura, à expressão de suas diferenças, a tematização de suas carências e potencialidades e à livre comunicação das idéias. (2012: 13)

Uma outra questão que se coloca à mesa de discussão é o desafio de garantir a pluralidade de vozes numa programação verticalizada, onde só há um emissor e os outros parceiros dessa rede são apenas retransmissores da voz do dono. Mário Sartorello, que atou junto à Empresa Brasileira de Comunicação (EBC) e à ARPUB (Associação das Rádios Públicas do Brasil), defende que, “como o rádio é local, não tem sentido se basear num conceito de cabeça de rede. Segundo ele, pode ter uma espinha dorsal, mas deve respeitar as especificidades e diversidades locais” (ZUCULOTO, 2012: 206). Eis aí mais um desafio que se coloca para quem gere uma emissora em rede nacional.

CURADO e DEL BIANCO nos chamam a atenção para outro aspecto não menos importante nesse debate: a propriedade ou a postura que uma emissora assume e que lhe torna – ou não – uma emissora pública. Ou, ainda, “de que forma uma emissora, vinculada a uma empresa ou órgão estatal, público ou privado atende às ne-

cessidades do público? (2014: 4). Essas questões estão presentes em praticamente todos os estudos realizados sobre esse tema no Brasil e no próprio dia-a-dia das próprias emissoras. Ao analisarmos a programação da *Senado-FM* e da *Rádio Marinha* podemos perceber, de saída, que nem mesmo sua boa seleção musical e sua plástica competente, não conseguem disfarçar o vínculo que elas mantêm com os interesses estratégicos das instituições a quem estão a serviço.

Assim, como acontece com as emissoras corporativas, que chegam até a se utilizarem do nome da instituição ou da marca da empresa a que pertencem, também ocorre o mesmo, no caso da *Senado-FM*, que fica programação na atuação parlamentar dos senadores, mas omite qualquer citação a respeito do envolvimento desses mesmos senadores com escândalos ou desvios de conduta tão presentes no noticiário dos dias atuais. Para a *Rádio Senado*, “o que é Polícia Federal não é notícia”, decreta o diretor da emissora (REIS, 2017). No caso da *Rádio Marinha*, a linha editorial do noticiário se pauta pelo próprio perfil da Marinha do Brasil. Por ser “uma instituição apartidária, do Estado Brasileiro, a emissora não toma partido, nem defende, nem critica. A rádio tem uma pauta que é neutra, institucional”, define o capitão de fragata Marcos Simas, responsável pela gestão da emissora (SIMAS, 2017).

Assim poderemos concluir, a partir do exemplo da *Rádio Senado* e da *Rádio Marinha* que, nem todas as emissoras que se autoproclamam públicas o são, de fato, porque servem bem mais aos interesses das corporações as quais estão vinculadas do que ao interesse público. Nada a se estranhar se considerarmos que “a história da mídia política brasileira, financiada com verbas governamentais, está repleta de distorções e de uso político das emissoras” (DETONI, 2015: 201) ou que “a tal *comunicação pública* brasileira, de pública mesmo não tem quase nada” e sua meta é “dominar a opinião do público. Ela trabalha contra o espírito crítico do cidadão e, conseqüentemente, contra o melhor sentido desse adjetivo feminino, *pública*”(BUCCI, 2015: 16-17). Em outras palavras, só os integrantes dessas instituições se

beneficiam do uso dessas emissoras custeadas com verba pública. Ao público só resta pagar a conta.

Referências

BARBOSA, Moacir. Panorama do Rádio em Natal. In: PRATA, Nair (org.). **Panorama do Rádio no Brasil**. vol. 1. Florianópolis: Insular, 2011, p. 325-335.

_____. *Tecnologia da radiodifusão: de A a Z*. Natal: EdUFRN, 2010.

BETTI, Juliana Gobbi. **Modelos de rádio informativo no Brasil: as redes all-news**. Caxias do Sul: INTERCOM, 2010. Disponível em <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2010/resumos/R5-3141-1.pdf>

BORIN, Jair. “Rádios e Tvs Crescem com o Festival de Concessões”. In Revista **Comunicação e Sociedade**, número 18, SBC/SP, Ed. IMS, dezembro 1991, p. 19 a 24.

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

_____. CHIARETTI, Marco e FIORINI, Ana Maria. **Indicadores de qualidade nas emissoras públicas: uma avaliação contemporânea**. Comunicação e Informação – Debates CI – Nº 10. Brasília: UNESCO – Junho de 2012.

CHAGAS, Genira. **Radiodifusão no Brasil: poder, política, prestígio e influência**. São Paulo: Atlas, 2012.

DEL BIANCO, Nélia; ESCH, Carlos Eduardo e MOREIRA, Sonia Virgínia. **Radiodifusão pública: um desafio conceitual na América Latina**. Estudos de Comunicação nº 12, 155-181. Dezembro de 2012.

_____. e CURADO, Camila. **O Conceito de Radiodifusão Pública na visão de pesquisadores brasileiros**. _____. INTERCOM, 2014. Disponível em <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2014/resumos/R9-0802-1.pdf>

DETONI, Márcia. **Mídia pública na sociedade da informação**. São Paulo: Editora Mackenzie, 2015.

FERRARETTO, Luiz Arthur. **Rádio: o veículo, a história e a técnica**.

Porto Alegre: DC-Luzatto, 2000.

GOMES, Adriano e DUARTE, Edivânia. **Rádio & Memória - As narrativas orais na reconstituição da história da Rádio Poti**. Natal/RN: EdUFRN, 2016. Disponível em: <http://docplayer.com.br/17829147-Radio-e-memoria-as-narrativas-orais-na-reconstituicao-da-historia-da-radio-poti.html>
Acesso em: 10.12.2016

LEAL FILHO, Laurindo Lalo. Prefácio In: INTERVOZES. **Sistemas públicos de comunicação no mundo: experiências de doze países e o caso brasileiro**. São Paulo: Paulus/Intervozes, 2009.

LEWIS, Peter M. e BOOTH, Jerry. **El médio invisible: radio pública, privada, comercial y comunitária**. Barcelona: Paidós, 1992.

MARTIN-BARBERO, Jesús. **Ofício de cartógrafo: travessias latino-americanas da comunicação na cultura**. São Paulo: Edições Loyola, 2004.

MEDEIROS, Wellington. **Artigos para sempre**. João Pessoa: Moura Ramos Gráfica e Editora, 2014.

MERAYO, Arturo. **La radio pública en Iberoamérica**. <http://www.bocc.ubi.pt/pag/merayo-arturo-radio-publica-iberoamerica%20.pdf>. Acesso em 15.12.2017.

MOURA JUNIOR, Manoel Procópio de. **Tributo aos Conjuntos Vocais do Rio Grande do Norte**. Parnamirim: Grafpar, 1989.

PRADO, Magaly. **História do rádio no Brasil**. São Paulo: Editora Da Boa Prosa, 2012.

SÁ, Adísia. **AM do Povo: trajetória de uma rádio pioneira 1982-2012**. Fortaleza: Edições Demócrito Rocha, 2013.

SEVERO NETO, Augusto. **De líricos e de loucos. Histórias nuas e isentas**. Natal: Clima, 1980.

STRAUBHAAR, Joseph e LAROSE, Robert. **Comunicação, mídia e tecnologia**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2004.

VALENTE, Jonas. Concepções e abordagens conceituais sobre sistema público de comunicação. In: INTERVOZES. **Sistemas públicos de comunicação no mundo: experiências de doze países e o caso brasileiro**.

São Paulo: Paulus/Intervozes, 2009.

WOLTON, Dominique. **Pensar a comunicação**. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2004.

ZUCULOTO, Valci Regina Mousquer. **A programação de rádios públicas brasileiras**. Florianópolis: Insular, 2012.

Entrevistas

FÉLIX, Leonardo. Locutor da Rádio Marinha Natal. Entrevista ao autor. Natal, julho de 2017.

FONTES, Abiss. Cabeleleiro. Entrevista ao autor. Natal, março de 2017.

MACHADO, Franklin. Radialista e ex-gerente de programação da Rádio Nordeste-AM. Entrevista ao autor. Natal, março de 2017.

PEIXOTO, Ciro. Estudante paulistano em férias em Natal. Entrevista ao autor. Natal, janeiro de 2017.

REIS, Marco. Diretor da Rádio Senado. Entrevista ao autor. Brasília, agosto de 2017.

SIMAS, Marcos. Capitão de fragata e diretor da Rádio Marinha. Entrevista ao autor. Brasília, Agosto de 2017.

DA CRIAÇÃO ESTÉTICA AO INCONSCIENTE ESTÉTICO NAS CHARGES: ENTRE A MIMÈSIS E A SÈMIOSIS

Marcelo Rodrigo da Silva

Pretende-se desenvolver uma reflexão acerca de como a criação artística do chargista é resultante da articulação entre processos diferentes e complementares de sínteses criativas: a *mimèsis* e a *sèmiosis*. Pretende-se, ainda, expandindo essa reflexão, relacionar esse processo de criação artística com o conceito de Inconsciente Estético desenvolvido por Jacques Rancière. A intenção é discutir, de forma propositiva e experimental, como a prática criativa do chargista recebe interferências e reflete a operação do chamado Inconsciente Estético. As reflexões desenvolvidas aqui partem de pesquisas anteriormente desenvolvidas, com base nas quais também foram adquiridos materiais para observação empírica e subsequente verificação das práticas sociais dos chargistas. Assim, não foi delimitado um número exato de charges (nem de formatos) tomadas para alicerçar a reflexão aqui proposta, tendo em vista que as pesquisas que embasaram este estudo levam em consideração recortes diversos sobre as charges que compõem um universo significativo de fenômenos, como é o caso das charges impressas, das charges digitais, das charges com linguagem dos desenhos animadas, com linguagem do videoclipe, linguagem dos desenhos 3D e, mais recentemente, linguagem dos games, como é o caso das charges interativas. Adiante são apresentados exemplos de charges que passaram por processos de criação estética a partir da experimentação de linguagens e estruturas gráficas com possibilidades diversas.

Uma proposta experimental

A criação artística e estética passa por processos sensoriais, técnicos e cognitivos que orientam as experiências humanas. É interessante refletir sobre os reflexos desses processos nas práticas sociais de criação estética¹ de artistas como os chargistas. Suas produções – as charges – são expressões que atravessam campos diversos do conhecimento, como é o caso das Artes, da Literatura, do Entretenimento e da Comunicação. O que é comum a todos, entretanto, é a relação direta e imediata entre a charge e o contexto histórico, social e político em que ela está inserida. Esse traço característico que a conecta a uma função social (MELO, 1983², e SOUZA, 2008³) é o que também define a sua estrutura linguística e de significação.

O que se pretende aqui, de forma abreviada, é desenvolver uma reflexão acerca de como a criação artística do chargista é resultante da articulação entre processos diferentes e complementares de sínteses criativas: a *mimêsis* e a *sêmiosis* – conceitos explicitados e aprofundados posteriormente. Pretende-se ainda, expandindo essa reflexão, relacionar esse processo de criação artística com o conceito de In-

1 Estética aqui é abordada no sentido proposto por Jacques Rancière (2005, p. 16-17), como “o sistema das formas a priori determinando o que se dá a sentir. É um recorte dos tempos e dos espaços, do visível e do invisível, da palavra e do ruído que define ao mesmo tempo o lugar e o que está em jogo na política como forma de experiência. [...] É a partir dessa estética primeira que se pode colocar a questão das “práticas estéticas”, no sentido em que entendemos, isto é, como formas de visibilidade das práticas da arte, do lugar que ocupam, do que “fazem” no que diz respeito ao comum”.

2 A charge é definida como a crítica humorística de um fato ou acontecimento específico. [...] contém a expressão de uma opinião sobre determinado acontecimento, diferentemente do cartoon e do comic, que não possuem limites de tempo e espaço, são criações da livre imaginação do desenhista e, por isso, não são consideradas como formas de jornalismo. (MELO, 1983, p. 182 e 183)

3 Além de suas características tipificadas como: vários quadros sequenciados, presença ou não de caricaturas, a escolha, por parte do leitor, dos recursos de áudio ou legendas, animação etc; possui, também, a mesma função social da charge impressa: humor, crítica ou, simplesmente, entretenimento, o que nos faz constatar que se trata do mesmo gênero, já que o diferencial entre os dois se dá pelas possibilidades do meio físico do qual cada um se originou. (SOUZA, 2008, p. 22 e 23)

consciente Estético desenvolvido por Jacques Rancière. A intenção é discutir, de forma propositiva e experimental, como a prática criativa do chargista recebe interferências e reflete a operação do chamado Inconsciente Estético.

As reflexões desenvolvidas no presente artigo partem de pesquisas anteriores⁴, com base nas quais também foram adquiridos materiais para observação empírica e subsequente verificação das práticas sociais dos chargistas. É interessante observar que essas reflexões não partem de uma verificação sobre os processos produtivos e métodos operacionais desses autores; também não se concentra nas suas falas e descrições sobre seus próprios processos de produção, mas parte da observação sobre o fenômeno incidental inscrito na realidade, ou seja, as próprias produções, que evidenciam e denunciam as relações estabelecidas no processo de criação artística.

Sendo assim, não foi delimitado um número exato de charges (nem de formatos) tomadas para alicerçar a reflexão aqui proposta, tendo em vista que as pesquisas que embasaram este estudo levam em consideração recortes diversos sobre as charges que compõem um universo significativo de fenômenos, como é o caso das charges impressas, das charges digitais, das charges com linguagem dos desenhos animadas, com linguagem do videoclipe, linguagem dos desenhos 3D e, mais recentemente, linguagem dos games, como é o caso das charges interativas. Adiante são apresentados exemplos de charges que passaram por processos de criação estética a partir da experimentação de linguagens e estruturas gráficas com possibilidades diversas.

Sendo assim, a intenção deste estudo não se concentra na reflexão sobre um agir pontual com base na observação de fenômenos específicos, mas sobre um agir relativamente comum dentro do universo

4 A esse respeito, consultar: “Charges virtuais, ciberespaço e semiosfera” (SILVA, 2013), “Charges Virtuais e redes sociais na internet: acesso e mobilidade” (SILVA e ASEVÊDO, 2010), “Tradução Intersemiótica e diálogo entre gerações nas Charges Virtuais” (SILVA, 2009), “Charges Virtuais como espaço da diversidade cultural” (SILVA, 2008). As menções estão disponibilizadas nas referências.

das charges e da ação criadora dos chargistas. Para o desenvolvimento da reflexão a que se propõe este breve estudo, parte-se de uma discussão sobre o lugar do autor no processo criativo. A partir desse ponto, discute-se o processo de criação artística das charges e suas relações com a operação das sínteses criativas da *mimêsis* e *sêmiosis* para, então, se propor o diálogo com o conceito de Inconsciente Estético ranciereano.

Exemplo de charge impressa (e/ou digitalizada)



Fonte: Jornal Agora São Paulo.

Tradicionalmente, as charges impressas continham um único quadro estático que reunia texto e imagem, geralmente fazendo uso de caricaturas. Com a convergência para o ciberespaço, inicialmente

a circulação das charges na internet seguiam a mesma estrutura e linguagem das charges impressas, que simplesmente passavam pelo processo de digitalização para que pudessem estar disponíveis no ambiente virtual. Somente após experimentações com softwares de edição gráfica e audiovisual, as charges começaram a ser desenvolvidas com esquemas linguísticos, narrativos e semânticos mais diversos.

Exemplo de charge animada (linguagem de desenho animado)



Fonte: www.humortadela.com.br.

São encontrados na internet exemplos de charges que assimilam a linguagem dos desenhos animados. Essa linguagem se configura pela sequência dos quadros, os enquadramentos e a cenografia elaborada na estrutura visual.

Exemplo de charge “karaokê” (linguagem do videocliques)



Fonte: www.animatunes.com.br.

Há manifestações de charges que assimilam modelos linguísticos dos videocliques ou dos populares “karaokês”. A sequência narrativa e a crítica discursiva são dissolvidas na letra da música que é elaborada com base em uma paródia.

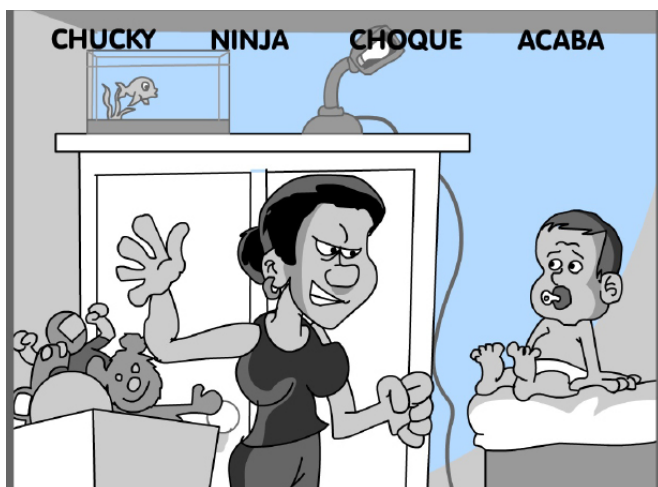
Exemplo de charge 3D



Fonte: www.globoplay.globo.com.

As charges do Chico Caruso, veiculadas pela TV Globo no programa Jornal da Globo e também divulgadas no site do veículo na internet são elaboradas totalmente com linguagem de animação em 3D. Geralmente, têm duração média de 30 segundos.

Exemplo de charge interativa (linguagem dos games)



Fonte: www.charges.com.br.

O chargista Maurício Ricardo já criou modelos de charges com base em experimentações computacionais que permitem a interatividade do internauta. A partir do uso dessas ferramentas, a narrativa fica subordinada a uma ação subjetiva, mas dentro de uma aleatoriedade limitada do navegador da rede. Essa dinâmica aproxima a narrativa das charges à linguagem dos games, que é baseada na interação do jogador dentro de um universo de possibilidades proposto na narrativa do jogo.

A criação e o autor

Para mergulhar nas reflexões sobre a criação estética das charges é preciso, antes, observar e pensar sobre o caráter distinto da ação criativa do autor. Para dar suporte a essa observação são basilares os postulados bakhtinianos a respeito da atividade criadora do autor.

Estudando as obras literárias e teatrais, Bakhtin considera que essa atividade criadora não é desenvolvida apenas pelo autor, mas também pelos atores que encarnam os personagens – ou o que ele chama de “herói” – e pelo diretor.

até que ponto o ator pratica ato de criação estética? [...] O ator pratica ato de criação estética quando, de fora, cria e dá forma à imagem do herói em quem, depois disso, vai encarnar-se, quando cria esse herói como um todo que não é considerado isoladamente, mas que se insere, como elemento, no todo da obra; em outras palavras, quando é autor, ou, mais exatamente, co-autor ao mesmo tempo que diretor e espectador ativo (e podemos, com a exceção de certos aspectos técnicos, pôr um sinal de igualdade entre estas funções: autor = diretor = espectador = ator) do herói que ele representará e da peça em seu todo, porque o ator, como o autor e o diretor, cria o herói isoladamente, em função do todo da peça, que não é, por sua vez, senão um elemento do todo que o herói constitui. (BAKHTIN, 1997, p. 92 e 93).

As contribuições bakhtinianas são relevantes para as reflexões aqui propostas mesmo apresentando diferenças entre o formato artístico analisado pelo teórico (as obras literárias e teatrais) e o aqui observado: as charges. Bakhtin evidencia que os atores tanto experimentam uma vivência externa como interna das personagens, mas isso não é o que acontece no processo de criação nas charges. O herói, neste último, nunca é vivenciado internamente. É o que poderia ser chamada de vivência interior inalcançável, na representação. Isso porque a representação é pictórica e dispensa o vivenciamento interno, a imersão na vida da personagem (exceto pela locução). É uma representação de corporificação visual e ilusória. Neste caso não pode ser o autor o próprio ator, o representante.

A representação nas charges será sempre atribuída e assumida por um ator pictórico que é o desenho (geralmente a caricatura) e que, por sua vez, também é criado pelo autor. O autor da charge terá sempre uma visão do todo, de fora, tanto quando cria os sentimentos, pensamentos e ações (mundo interior) da personagem, quanto quan-

do cria seu ambiente exterior (que Bakhtin chama de material extra-estético). A criação das charges é uma representação naturalmente estética porque já nasce por um olhar externo, criativo-contemplativo do autor.

A representação nas charges se assemelha àquela dos fantoches e marionetes. A corporificação do herói acontece por meio de um corpo criado, manipulado e controlado, por trás do qual o autor se esconde ou se isenta. Na representação com fantoches e marionetes, o autor empresta alguns de seus atributos próprios ao corpo representante, agindo como co-autor, porque cede sua própria voz e seu próprio corpo para operar e dar vida à gestualidade dos bonecos. Neste ponto são perceptíveis algumas aproximações e semelhanças com alguns tipos de criações chargísticas. Há alguns exemplos de charges, como aquelas animadas, em que a voz dos personagens ganha vida por meio da voz do próprio autor das charges.

A representação, é verdade, aproxima-se da arte, da ação dramática precisamente, mas é só com o aparecimento de um novo participante, exterior, não envolvido pela representação - o espectador, que começa a admirar a representação [...] do ponto de vista do todo do acontecimento da representação, que é portanto seu contemplador dotado de uma atividade estética e é, parcialmente, seu criador (por tê-la transposto a um novo plano, estético, e convertido num todo estético significante) - não obstante, com isso o acontecimento inicial se transforma, enriquece-se de um elemento - do espectador-autor - o que acarreta a modificação de todos os outros elementos, na medida em que estes são integrados a um novo todo. (BAKHTIN, 1997, p. 91)

A ação criadora entre a *mimèsis* e a *sèmiosis*

O potencial de inteligibilidade das charges, de fazer-se compreensível, reside na relação de referencialidade com o real que perpassa o seu processo de criação. As construções semióticas afloradas pelo emprego de desenhos marcadamente icônicos como é o caso das

caricaturas – caracterizadas pela verossimilhança com seu objeto – configuram a conformação do processo de *mimèsis*, “termo aristotélico traduzido por ‘imitação’ ou ‘representação’ (...) ‘verossimilhança’, ‘ficção’, ‘ilusão’, ou mesmo ‘mentira’, e, é claro, ‘realismo’, ‘referente’ ou ‘referência’, ‘descrição’”. (COMPAGNON, 2001, p. 98).

A referencialidade com o real é o que evidencia discursivamente a compreensão instantânea da mensagem das charges. Entretanto, conforme a crítica que faz à *mimèsis*, COMPAGNON (2001) afirma que a referencialidade não existiria na relação entre a linguagem e o mundo, mas nas relações semióticas produzidas no interior de cada texto, na *sèmiosis*. O autor explica que, diferentemente da *mimèsis*, que tem uma significação referencial, resultando da relação entre as palavras e as coisas, a *sèmiosis* tem uma significação diferencial, resultante da relação entre os signos.

O referente é um produto da *sèmiosis*, e não um dado preexistente. A relação linguística primária não estabelece mais relação entre a palavra e a coisa, ou o signo e o referente, o texto e o mundo, mas entre um signo e um outro signo, um texto e outro texto. (COMPAGNON, 2001, p. 109)

Os objetos imediatos das representações podem estar no ambiente do cotidiano social, mas também, e talvez com maior frequência, no ambiente midiático, na mídia⁵ de alcance e interconexão global. Entretanto, é importante observar que a construção das representações configura-se como um processo de tradução intersemiótica⁶ na medida em que desenvolve uma releitura de um fato específico ou, mais comumente, um acontecimento midiaticizado⁷ pela imprensa, em

5 O conceito de mídia aqui empregado está atrelado à definição de “media” proposta por RODRIGUES (2016) como “dispositivos técnicos de enunciação”.

6 Para Plaza, “o operar tradutor [...] é mais do que a ‘interpretação de signos linguísticos por outros não-linguísticos’. Nossa visão diz mais respeito à transmutações intersígnicas do que exclusivamente à passagem de signos linguísticos para não-linguísticos” (2003, p. 67).

7 São consideradas aqui as postulações de HJARVARD (2014) que propõe um posicionamento reflexivo que considera a midiaticização como um processo interinstitucional no qual práticas específicas de mediação são influenciadas por várias estruturas institucionais.

noticiários de TV, internet ou periódicos impressos relacionados a contextos sociais mundiais ou locais.

[...] o processo sógnico vai transformando e comandando a sintaxe. E, numa tradução intersemiótica, os signos empregados têm tendência a formar novos objetos imediatos, novos sentidos e novas estruturas que, pela sua própria característica diferencial, tendem a se desvincular do original. A eleição de um sistema de signos, portanto, induz a linguagem a tomar caminhos e encaminhamentos inerentes à sua estrutura. (PLAZA, 2003, p. 30)

É comum, nas charges, ser construída uma atmosfera de representação do real, mas que, indo além da simples cópia, portanto, cria uma situação hipotética, tensionada pela criatividade do chargista. Trata-se de uma narrativa resultante da articulação entre a representação do fato e os simulacros frutos da criatividade do chargista. Dessa construção entre real representado e imaginário criativo é estruturada a mensagem crítica, satírica e bem humorada das charges. É comum na tessitura da narrativa, inclusive, serem articuladas conexões entre assuntos correlatos numa simbiose de intertextualidade (MAINGUE-NEAU, 2002) e dialogismo (BAKHTIN, 1997).

A concepção dialógica bakhtiniana revela que todo enunciado tem natureza dialógica, que se constitui como resposta a outros enunciados já ditos; sob a palavra de um enunciador ressoam as palavras de outrem. Outros estudiosos da língua e do discurso retornam, direta ou indiretamente, à questão do dialogismo, ligado tanto à noção da heterogeneidade constitutiva, como à noção de interdiscursividade.

Sendo assim, verifica-se que situações imaginadas nas idiossincrasias do chargista tomam forma e se “materializam”, ancoradas, contudo, naqueles objetos imediatos do real, estejam eles no repertório mnemônico do chargista – construído por suas experiências na história e no tempo – ou nos suportes midiáticos dos noticiários diários. O chargista efetua o trabalho de captura daqueles elementos culturais que conhecidamente – em função da difusão na sociedade midiática – fazem parte de um determinado contexto social e histórico.

O referente nas charges está ligado a uma representação do real na mesma medida em que é um processo derivado das relações semióticas de intertextualidade, do diálogo com outros textos ou referenciais e do próprio processo criativo do chargista. Principalmente no ciberespaço (LÈVY, 1999 e VILCHES, 2003), o processo de significação das charges é aflorado porque acontece, nas palavras de SANTAELLA (2004, p. 392), uma “confraternização verbosonovisual”⁸. De acordo com a autora, a referencialidade das imagens figurativas realistas, como é o caso das caricaturas animadas, permanece ancorada na realidade.

Enquanto no caso da fotografia trata-se de indexicalidade genuína, pois a imagem depende de uma conexão existencial entre o objeto e o instante de sua captura, no caso das imagens figurativas realistas, trata-se de indexicalidade de referência, pois a imagem realista não deixa de se referir a objetos do mundo visível aos quais ela se assemelha. (SANTAELLA, 2004, p. 378)

Nas charges, o referente também é uma construção resultante da relação intertextual no interior do discurso. Isso é perceptível nas imagens das personagens. Enquanto o chargista faz o desenho caricaturado de uma personalidade real, na mesma imagem são agregados desenhos contíguos que têm seu referente em contextos outros que não aquele de onde foi tomada a personalidade representada. Ou seja, em uma mesma imagem, estabelece-se uma relação com o real – a imitação, a *mimèsis* – e com outros textos – a intertextualidade, o dialogismo e a *sèmiosis*.

Contudo, é importante ressaltar a proposição de PLAZA (2003) quando defende que a construção de signos sempre terá um resultado no diferente. Por mais que se busque a fidelidade com o objeto imediato, o signo sempre será um “não-igual”.

O problema da tão falada “fidelidade” é mais uma questão de

8 Em seu livro *Semiótica Aplicada* (2004), Lucia Santaella usa o termo “confraternização verbosonovisual” para ferir-se à interface entre sistema de signos verbais, sonoros e de imagem.

ideologia, porque o signo não pode ser “fiel” ou “infel” ao objeto, pois como substituto só pode apontar para ele. Mesmo o processo pretendidamente mimético caracteriza-se pelo fato de algo tentar fazer-se igual a outro, mostrando-se como não-igual. A mimese, portanto, é (como nos diz Adorno) a negação determinada da categoria da identidade. Representar a coisa “tal como ela é” é mimese mediada pelo código. Quer dizer, a similaridade já contém seu tom diferenciador. (PLAZA, 2003, p. 32 e 33)

Sendo assim, em conformidade com a ideia de que as charges têm com a realidade uma indexicalidade de referência, verifica-se que, nas charges, apesar de toda construção das imagens e do som serem executados por programas e softwares de computação, estão diretamente ligados ao mundo real, na medida em que o tomam como base, ou objeto inspirador para, então, criarem uma sequência narrativa ou descritiva hipotética.

A imagem virtual é o meio que cria a realidade. O poder da imagem sobre a realidade do pós-modernismo mantém relação com a narração virtual, porque o virtual afeta a realidade. O ciberespaço não é apenas um instrumento para examinar o nosso senso de realidade. As conexões entre o virtual e o real são mais complexas. (VILCHES, 2003, p. 150)

Da criação estética ao inconsciente estético

Em seu livro “O inconsciente estético”, Jacques Rancière parte do inconsciente freudiano e da premissa de que o terreno das obras de arte e da literatura se define como o âmbito de efetivação privilegiada desse “inconsciente”. Considera também como ponto inicial que as figuras criadas nesses terrenos são testemunhos da existência de uma relação entre pensamento e não-pensamento. Para o autor, estética não designa ciência ou disciplina que se ocupa da arte, mas um modo de pensamento que se desenvolve sobre as coisas da arte e que procura dizer em que elas consistem enquanto coisas do pensamento. Para ele, as coisas da arte são coisas do pensamento.

Rancièrre toma como exemplo inicial a obra Édipo, de Sófocles, para discutir a existência de uma “eficácia dramática universal” e identifica dois motivos: 1) a explicação de desejos infantis universais e universalmente reprimidos e 2) uma forma exemplar de revelação de um segredo oculto. No decorrer de sua reflexão, contudo ele aponta conflitos que põem em questão o segundo ponto: a “forma exemplar de revelação”, ou seja, o roteiro narrativo dramático. Esses conflitos revelam as articulações no interior da ordem do sistema representativo da ação dramática e evidenciam as relações entre o visível e o dizível.

É justamente a partir dessas relações que o autor identifica o que ele chama de “revolução estética”: “a abolição de um conjunto ordenado de relações ente o visível e o dizível, o saber e a ação, a atividade e a passividade” (RANCIÈRE, 2009, p. 25).

Se Édipo é um herói exemplar, é porque sua figura ficcional emblematiza as propriedades que a revolução estética atribui a essas produções. Édipo é aquele que sabe e que não sabe, que age absolutamente e que padece absolutamente. Ora, é precisamente através dessa identidade de contrários que a revolução estética define o próprio da arte. (RANCIÈRE, 2009, p. 25)

Rancièrre prossegue em sua obra refletindo sobre a relação entre saber e não saber nas obras artísticas e literárias e conecta essa relação com o consciente e inconsciente do autor, que é reflexo do contexto histórico e social em que ele está inserido. Ele torna essa conexão evidente quando remete à ideia do “Verdadeiro Homero” de Vico. O autor mostra que a linguagem de Homero se constitui no testemunho do estado de infância da linguagem, do pensamento e da humanidade, ou seja, a ordem do sistema representativo da ação dramática em Homero era resultante das condições técnicas e cognoscitivas do seu contexto histórico e social. “Homero é poeta graças à identidade daquilo que ele quer e do que não quer, daquilo que sabe e daquilo que ignora, do que faz e do que não faz” (RANCIÈRE, 2009, p. 30).

A figura de Édipo, como tema trágico exemplar e universalmente

válido, tem como antecedente essa figura hermenêutica do “verdadeiro Homero”. Ela pressupõe um regime de pensamento da arte em que o próprio da arte é ser a identidade de um procedimento consciente e de uma produção inconsciente, de uma ação voluntária e de um processo involuntário, em suma, a identidade de um *logos* e de um *pathos*. (RANCIÈRE, 2009, p. 30)

Seguindo sua linha de raciocínio, Rancière identifica nesse processo de revolução estética duas formas da palavra muda: a primeira é a palavra que as coisas mudas carregam elas mesmas e a potência de significação inscrita em seus corpos (o poeta “geólogo” ou “arqueólogo”); a segunda é a palavra solilóquio, aquela que não fala a ninguém e não diz nada, a não ser as condições impessoais, inconsistentes da própria palavra. Dessa consideração, o autor entende que o inconsciente estético se manifesta na polaridade dessa dupla cena da palavra muda: de um lado a palavra escrita nos corpos (capturada pela decifração e reescrita), e de outro a palavra surda de uma potência sem nome que permanece por trás de toda consciência e de todo significado (para a qual é preciso dar voz e corpo).

Segundo o autor, essas duas formas da palavra muda são justamente a manifestação de um inconsciente estético. Ele aponta que, por trás daquilo que o autor oferece como obra de sua livre fantasia, é preciso reconhecer a lógica do fantasma e a angústia primordial nele travestida. Que a história seja real ou fictícia pouco importa. O essencial é que permita uma disposição de ações e saberes direcionada ao acontecimento maior de um reconhecimento.

E para a identificação dessa lógica e angústia primordial que gera o reconhecimento, o autor propõe a investigação das causas na arte a partir de dois elementos: 1) o modelo do rastro que fala, no qual se lê a inscrição sedimentada; e 2) o detalhe “insignificante”, a marca direta de uma verdade inarticulável, que desarma a lógica da história bem composta, de composição racional dos elementos.

O detalhe funciona, assim, como objeto parcial, fragmento incomodável que desfaz a ordenação da representação para dar lugar à

verdade inconsciente, que não é a de uma história individual, mas que é oposição de uma ordem a outra: o figural sob o figurativo e o visual sob o visível representado. (RANCIÈRE, 2009, p. 59)

Na criação artística e estética das charges podem ser identificados os elementos propostos por Rancière para identificação da operação do inconsciente estético do autor. Os rastros que falam e também os detalhes insignificantes são perceptíveis na estrutura de significação e produção de sentidos transparecida no discurso. De forma semelhante, a construção estética e artística elaborada pelo autor das charges evidencia influências derivadas do contexto social, histórico e, mais que isso, tecnológico, em que ele se insere e que integram o seu inconsciente estético. São elementos como esses que possibilitam o reconhecimento e que permitem transparecer a “lógica do fantasma” e a “angústia primordial” travestida na charge.

Considerações finais

Propõe-se aqui, a partir das discussões desenvolvidas, que os processos de síntese criativa de *mimèsis* e de *sèmiosis*, estão diretamente relacionados com a ambivalência da criação estética e artística do autor das charges: a consciência e o inconsciente. A *mimèsis* apresenta-se como processo mais relacionado à operação consciente de produção de sentidos a partir das relações entre o código e seu referencial. A operação do autor é condicionada pela operação racional estética. O agir criativo considera as lógicas e normas existentes e já estabelecidas para converter-se e adequar-se segundo os modelos de referencialidade com objetivo de fortalecer a identificação e reconhecimento da intenção de fala.

Por outro lado, a *sèmiosis*, ainda que transpareça e traduza ações intencionais e objetivamente construídas pelo autor das charges – no que tange à conexão de sentidos diversos a partir da articulação entre signos selecionados e estrategicamente dispostos segundo uma lógica de raciocínio consciente – permite a incidência de rastros e detalhes

que expandem os sentidos para além do que é conduzido conscientemente pelo chargista. No processo de construção da teia de significados intertextuais e polifônicos, o chargista estabelece conexões entre signos a partir da manifestação de sua criatividade. Nessa operação criativa, a liberdade artística é aflorada e, juntamente com ela, tornam-se incidentes os rastros do inconsciente do autor, um inconsciente que opera no nível estético de sua capacidade expressiva.

Sendo assim, depreende-se aqui, a partir das considerações adotadas, que o chargista articula seu agir consciente e inconsciente na tensão entre a síntese mimética e a semiótica, entre a referência ao real e a abstração criativa. Depreende-se ainda que sobre essa abstração criativa sobrevém a interferência das condições apresentadas pelo contexto social, histórico e tecnológico onde o autor está inserido. Ou seja, o chargista cria suas produções artísticas a partir do que sabe e do que não sabe; do que conhece e do que não conhece. Essa dualidade também localiza as charges no cerne da revolução estética e também conforma a operação da dupla cena da palavra muda, tanto aquela inscrita nos corpos, como aquela surda, insinuada por trás dos corpos, conforme propõe Rancière.

Pensar as articulações do agir consciente e do agir inconsciente no agir criativo do chargista/artista/autor configura-se como um exercício de significativa relevância para que seja possível se conhecer e compreender os processos de cognição e comunicação humanas. As formas de pensar do humano e os seus mecanismos de expressão são tema de inquietação incessante e interdisciplinar nos campos da arte, da comunicação, linguística, neurociências, psicologia e das diversas searas que buscam compreender o homem em sociedade e também encontrar alternativas para a sua sobrevivência e perpetuação. O presente artigo se ateve, portanto, a uma reflexão afinada com essa preocupação científica de compreender um pouco mais do agir e do pensar humano sob o prisma estético.

Referências

- BAKHTIN, Mikhail. Estética da criação verbal. São Paulo: Martins Fontes, 1997.
- COMPAGNON, Antoine. O demônio da teoria literária e senso comum. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2001.
- HJARVARD, Stig. Mídia e cultura: conceituando a mudança social e cultural. In: Matrizes. São Paulo, Ano 8, n. 1, 2014.
- LÉVY, Pierre. Cibercultura. São Paulo: Ed. 34, 1999.
- MAINGUENEAU, Dominique. Análise de textos de comunicação. São Paulo – SP: Cortez, 2002.
- MELO, José Marques de. Gêneros opinativos no jornalismo brasileiro. São Paulo, SP: 1983.
- PLAZA, Julio. Tradução intersemiótica. São Paulo: Editora Perspectiva, 2003.
- RANCIÈRE, Jacques. O inconsciente estético. Trad. de Mônica de Castro Neto. São Paulo: Editora 34, 2009.
- _____. A partilha do sensível. Estética e política. Tradução. De Mônica Costa Netto. São Paulo: Editora 34, 2009.
- RODRIGUES, Adriano Duarte. Afinal, o que é mídia? Disponível em: <<http://www.ciseco.org.br/index.php/artigos/279-afinal-o-que-e-a-midia#voltar1>> Acesso em: 04 abr. 16.
- SANTAELLA, Lucia. Semiótica aplicada. São Paulo – SP: Pioneira Thomson Learning, 2004.
- SILVA, Marcelo Rodrigo da, ASEVÊDO, Flávio Aurélio Tenório de. Charges Virtuais e redes sociais na internet: acesso e mobilidade. In: Anais eletrônicos do 3º Simpósio Hipertexto e Tecnologias na Educação. Recife: UFPE, 2010.
- _____. Tradução Intersemiótica e diálogo entre gerações nas Charges Virtuais. In: Publicação On-line do Colóquio Cidadania Cultural. Campina Grande: EDUEPB, 2009.

SILVA, Marcelo Rodrigo da. Charges virtuais, ciberespaço e semiosfera. In: Anais do VII Simpósio Nacional da ABCiber. Curitiba: UTP, 2013. v. 1. p. 1-12.

_____. Charges Virtuais como espaço da diversidade cultural. In: Anais do IV Colóquio Nacional Representações de Gênero e de Sexualidades: questionando identidades e sujeitos nas culturas contemporâneas. Campina Grande: Realize, 2008. v. 4. p. 72-85.

SOUZA, Helga Vanessa Assunção. A charge virtual e a construção de identidades. Recife: Ed. Universitária da UFPE, 2008.

VILCHES, Lorenzo. A migração digital. São Paulo: Editora Loyola, 2003.

A CHEGADA DO CINEMA E DAS ONDAS DO RÁDIO NO RIO GRANDE DO NORTE

Ranilson de Oliveira Silva

Cinema e rádio são importantes meios de informação e entretenimento, que fomentam o desenvolvimento social. Por essa perspectiva, este artigo tem como objetivo descrever o desenvolvimento do cinema de bairro e o rádio, na capital do Rio Grande do Norte, Natal, considerando o processo de implantação até a primeira metade do século XX. Por meio de pesquisa exploratória, constata-se que o primeiro chegou ao município de forma itinerante em 1898, quando Nicolau Maria Parente, trouxe para a cidade um cinematógrafo. Somente em 1911, foi construído o primeiro cinema em Natal, o Polytheama. Já o rádio chegou ao RN, em 1938, com sistema de alto falantes instalados em praças públicas. Denominado de “bocas de ferro”, o público se reunia para ouvir rádios internacionais e de outros estados brasileiros. A primeira emissora, Rádio Educadora de Natal, só foi ao ar em novembro de 1942, com prédio próprio. Verifica-se aí a importância dos meios para a história local e para a interação social.

Introdução

Atualmente, três redes monopolizam o cinema na capital do Rio Grande do Norte: Cinemark, Cinépolis e Moviecom. São empresas multinacionais que possuem filiais em vários países do mundo. Mas, como chegou a sétima arte em Natal? É preciso viajar no tempo para descobrir os primórdios. O primeiro contato do natalense com a atividade que hoje chamamos de cinema aconteceu em meados de 1898, quando Nicolau Maria Parente, chegara a cidade com um estranho aparelho chamado cinematógrafo. Ele projetou, na parede de um depósito de açúcar, onde atualmente é a Rua Chile no bairro da Ribeira, animações com fotografias e, assim, surgiu o cinema na capital do Rio Grande do Norte.

Aos poucos a novidade foi ganhando espaço na cidade, mas só em 1911, Natal inaugurou um prédio exclusivamente para abrigar um cinema, o Polytheama. Até a chegada dos primeiros soldados americanos em meados de 1942 a cidade não possuía mais que meia dúzia de cinemas. Durante a Segunda Guerra Mundial, com a presença americana em solo potiguar, os cinemas ganharam força e se proliferaram pela cidade. O Alecrim foi o único bairro de Natal que conseguiu abrigar o maior número de cinemas no período de 1918 a 1960, no total foram oito espaços.

Mas, com o final do combate as tropas voltaram para as suas terras natal e aos poucos a cidade voltou à sua rotina. Ao longo dos anos os espaços continuaram entretendo o público que aos poucos foi desaparecendo. Em meados das décadas de 1970 e 1980, com a popularização do videocassete, boa parte do natalense optou pela locação de filmes em VHS e, esse foi um dos motivos pelos quais alguns espaços não conseguiram manter as portas abertas. Devido ao avanço dos shoppings centers, as luzes dos cinemas de rua foram se apagando, as trilhas sonoras dos filmes que embalaram gerações deram lugar a um silêncio sepulcral que calou para sempre a voz dos antigos cinemas do município e tirou o encanto dos encontros de finais de tarde. Por vários motivos tiveram que fechar as suas portas. Alguns tiveram as

suas instalações reaproveitadas e se tornaram igrejas, outros reabriram como lojas de departamento; mas a maioria foi demolida ou caiu no esquecimento.

Apesar disso, é cada vez maior o número de pessoas que se rendem aos encantos da sétima arte que está cada vez mais forte não apenas em Natal como em todo o planeta. Enquanto os populares cinemas de bairro desapareceram da rotina do potiguar, outro veículo resiste ao longo dos anos – o rádio. Nascido nos anos 1920 na então capital federal do Brasil, o Rio de Janeiro, o rádio só chegou ao Rio Grande do norte pouco mais de duas décadas depois, começo dos anos 1940. Nesse período setenta emissoras já estavam em operação por todo o Brasil, e na década de 1950 esse número era ainda maior. No total, eram 243 emissoras espalhadas não somente pelas capitais como também por cidades do interior do país.

Atualmente, mais de uma dezena de emissoras radiofônicas são responsáveis por entreter e informar o público que ainda permanece fiel ao velho companheiro. Mas, com a obrigatoriedade da migração de todas as emissoras que atualmente operam com sinal AM, Amplitude Modulada, para FM, Frequência Modulada, é possível que a maioria das rádios, especialmente nas pequenas cidades do país, desapareça pelo fato de necessitar de altos investimentos na compra de equipamentos. Contudo, ao longo dos anos, o rádio permanece como um dos principais veículos de comunicação de massa, entretendo e informando seja via internet, pelo telefone celular, nos sons automotivos entre outros. Além disso, a paixão pelas ondas radiofônicas supera toda e qualquer barreira.

Cinema em Natal: da Ribeira ao Alecrim

Uma das primeiras formas de entretenimento que chegou a cidade do Natal bateu na porta do norte-riograndense em meados de abril de 1898, quando Nicolau Maria Parente, chegara à cidade do Natal com um estranho aparelho chamado cinematógrafo. O primeiro

contato do público com a atividade relacionada ao que chamamos de cinema surgiu da projeção de luz do aparelho na parede de um depósito de açúcar, na rua do Comércio (hoje, rua Chile, na Ribeira), foi a partir daí que começou a se animar fotografias.

Quando das primeiras mostras de filmes em Natal, em abril de 1898, o público ainda não estava acostumado a ver o novo tipo de espetáculo. No momento em que o operador preparava as fitas no projetor, todo mundo sentava-se nas cadeiras de frente para o projetor, esperando o começo da sessão. Foi preciso Nicolau Parente explicar que as imagens seriam vistas não no próprio aparelho e sim na parede em frente. Parente projetou, na parede do estabelecimento, pequenos documentários sobre o início da Sétima Arte e, o público extasiado pela novidade não “arredou o pé”¹ do espaço até ser exibido o último filmete. Com medo, alguns espectadores quiseram correr, ao verem uma locomotiva saindo daquele foco de luz, em risco de “atropelar” perigosamente as pessoas (era o pequeno filme “A chegada do Trem”, de Luis Lumière, um dos inventores do cinema).

Embora Natal tenha uma intensa história de amor com a Sétima Arte, foi na cidade de Mossoró, região Oeste do Rio Grande do Norte, onde foi inaugurado o primeiro prédio exclusivo para a exibição de filmes. Foi em novembro de 1908, quando Francisco Ricarte de Freitas deu as boas vindas ao cinema em solo potiguar inaugurando o Cine-Teatro Dr. Almeida Castro. Quando começavam a explodir os foguetões na Praça Almeida Castro, era sinal de que a fita havia chegado de Aracati, no Estado do Ceará, isso significava dizer que à noite haveria sessão de cinema. O Cine Almeida Castro foi o primeiro a exibir filme falado na capital do Oeste do RN, o que ocorreu no dia 22 de novembro de 1933, apresentando a película “Ama-me Esta Noite”.

Após o primeiro contato do potiguar com o cinema, a cidade esperou mais de uma década para inaugurar a primeiro prédio construído

¹ Expressão bastante utilizada na região Nordeste do Brasil que significa “não saiu”, “não foi embora”.

exclusivamente para a exibição de filmes. Mas, antes disso foi inaugurado, em 1909, no interior do Teatro Carlos Gomes, atual Teatro Alberto Maranhão, o Cinema Natal. Anos depois, em dezembro de 1928, o Teatro, que já abrigara em seu interior o Cinema Natal, também passou a ser cinema, com o título Cine-Teatro Carlos Gomes. Sobre o espaço Cascudo (1980, p.136) informa que “em março de 1904, inaugurou-se o teatro Carlos Gomes onde existira um barracão abrigando retirantes. Em junho de 1912 o teatro foi inteiramente reformado, no seu atual (1946) aspecto”.

Apesar do avanço da Sétima Arte, em Natal, nenhum prédio ainda havia sido construído na cidade para abrigar um cinema. Só em 1911, durante a administração do Governador Alberto Maranhão, um jovem administrador que revolucionou a fisionomia da cidade inaugurando a luz elétrica no mês de outubro daquele ano, que a primeira construção, exclusiva para a exibição de filmes foi inaugurada na Praça Augusto Severo, na Ribeira, o primeiro bairro de Natal, em 08 de dezembro e recebeu o nome de Cine Polyteama, com sessões às quartas-feiras, sábados e domingos, os finais de semana eram mais concorridos.

[...] com duas portas arcadas, quatro janelas e arejado na Praça Augusto Severo, com sorveterias para os seus clientes, servindo taças de sorvete e picolés de diversos sabores. Tanto que muitos natalenses chamavam essas sobremesas de “Poly”. O local era um grande encontro dos natalenses, eles se vestiam como se fosse para um grande baile. Mulheres com os vestidos mais finos e homens de terno, gravata e chapéu (PAIVA. 2015).

Após quase duas décadas de *glamour*, o Poly, como era chamado carinhosamente pelos expectadores, deu lugar a prédios onde atualmente funcionam o Datanorte e alguns bares. Apesar de guardar uma história de pioneirismo e *glamour* da Sétima Arte em Natal, vividos até meados da década de 1920, na Praça Augusto Severo, na Ribeira, onde foi construído o primeiro espaço para abrigar exclusivamente um cinema em Natal, o local foi esquecido. Hoje são apenas

dois prédios comuns em meio às inúmeras edificações de um bairro histórico de uma capital brasileira.

O Poly pertencia a uma rede de cinemas que tinha várias unidades espalhadas por todo o Brasil, por isso exibia filmes que demoravam a chegar devido a falta de produção suficiente, vindos do Rio de Janeiro que eram importados pelas Companhias norte-americanas que possuíam uma sucursal na então capital do país. Além disso, o Poly exibia o Cine-Jornal, onde se filmava os principais acontecimentos do Rio Grande do Norte daquele tempo.

O sucesso do Polyteama estimulou o surgimento de novos cinemas. Dois anos depois, em 1913, nasceram: o Royal, primeiro cinema do bairro Cidade Alta, funcionava na esquina da Rua Vigário Bartolomeu com a Rua Ulisses Caldas e, por ser o único do bairro era bastante movimentado principalmente aos finais de semana, e o Pathé. Essas duas casas foram responsáveis por monopolizar durante anos a exibição de filmes na cidade. Um só exibia determinado filme quando o outro terminava. Antes da chegada do cinema em Natal, a pacata cidade praticamente não tinha vida noturna, o cair do sol era suficiente para mandar para a cama ou redes de balanço aqueles que passaram um dia inteiro trabalhando. Sobre a noite em Natal, Cascudo afirma:

Dispensa o comentário. Basta anunciar. Natal a noite. Estamos vendo uma cidade quieta como se aprendesse o movimento com as múmias faraônicas. Sob a luz (quando há) das lâmpadas amarelas arrastam, meia dúzia de criaturas magras, uma “pose” melancólica de Byrons papa-gerimúns. Depois um “film” no Royal ou Rio Branco ou poker sonolento do Natal Club (CASCUDO, P. 86).

Outro cinema que fez parte da cultura natalense, foi o Cine Rex, inaugurado em 1936. Ele fazia parte de uma rede de cinemas que tinha filiais espalhadas por diversas cidades brasileiras. Em Natal, ficava na Avenida Rio Branco, 674, em Cidade Alta. O espaço não contava com cadeiras confortáveis e possuía apenas duas salas. Ape-

sar disso, foi pioneiro na distribuição de brindes para os expectadores que ao longo de sua trajetória foram mais de quatrocentos e trinta mil. O espaço fechou em 1972 e hoje o prédio funciona a loja Insi-nuante.

O surgimento do cinema em Natal marcou uma nova fase no desenvolvimento da cidade. O contato com novas formas de cultura, através dos filmes, representou uma mudança nos hábitos da sociedade que passou a aproveitar os espaços não apenas para assistir filmes, mas também para desfrutar outros serviços que os cinemas ofereciam, além dos encontros entre casais apaixonados. A maioria dos expectadores fazia questão de colocar a melhor roupa para se debruçar diante da grande tela.

Durante a era de ouro dos cinemas de bairros, em Natal era comum os meninos se reunirem na frente do Cine Rex, em Cidade Alta, e do São Pedro, inaugurado em 1930 no bairro Alecrim, para formarem a feirinha de compra, venda e troca de revistas de histórias em quadrinhos, como também álbuns de figurinha e com fotos de astros e estrelas do cinema hollywoodiano. Esse costume, que marcou gerações, não se manteve com o advento das salas de cinemas em shoppings centers essa prática hoje em dia já não existe mais.

Ao longo da trajetória da Sétima Arte em Natal aconteceram alguns fatos curiosos. Em 1938, quando o Cine Rex começou a exibir um famoso filme chamado “Ramona”, a presença do público, neste e nos outros dias de exibição foi pouquíssima, porque as pessoas pensavam que o filme dava azar. O Cine Alecrim chegou a ser depredado após exibir um filme durante poucos minutos e encerrar a sessão. Outro fato curioso relacionado ao cinema na capital potiguar ocorreu em maio de 1964, quando um sargento da polícia tentou matar um estudante que assistia a um filme no cinema Rio Grande. Houve correria e, o tiro atingiu uma expectadora, mas sem gravidade.

Apesar das inúmeras construções edificadas para abrigar salas de cinema e dos tantos acontecimentos envolvendo a fascinante arte de entreter através da grande tela em Natal, um prédio com um formato

bastante curioso ainda chama atenção, no Bairro Cidade Alta. As suas janelas têm um formato diferente do que estamos acostumados a ver na arquitetura potiguar, em estilo escotilha e com um frontal que lembra a proa de um navio o número 639 da Avenida Deodoro da Fonseca é um marco arquitetônico e referência para a identidade cultural da Cidade Alta.

Além disso, é um legítimo exemplar da Art Déco na capital do Estado do Rio Grande do Norte. No edifício funcionou o Cine Rio Grande, ele foi inaugurado em 1949 com capacidade para mil cento e cinquenta e dois espectadores. Em 1953 passou a exibir filmes com o sistema cinemascope. Ao longo dos anos o público dos cinemas de bairro foi diminuindo e, por isso, muitos fecharam as portas. Na década de 1980, temporada ainda próspera, o Cine Rio Grande ainda atraía grandes plateias. Apesar da crise, em meados dos anos 1990, foram criados dois cinemas menores dentro do Rio Grande: o Rio Verde 1 e o Rio Verde 2.

No final da década de 1990, o filme terminou; as luzes foram apagadas e o Rio Grande fechou suas portas para o público sem se despedir, morreu em silêncio. No começo dos anos 2000, Moacir Maia, importante exibidor independente que deixou um legado de pioneirismo numa época em que o conceito de cinema tríplice não existia, anuncia o interesse em revitalizar a sala de exibição, mas ele não conseguiu. Pouco tempo depois o empresário morreu e assim, acabaram todas as possibilidades do Rio Grande ressurgir. Em 2009, o edifício foi alugado para uma igreja evangélica e encerrou de vez a atividade de um dos cinemas de rua mais antigos de Natal. Durante anos o Cine Rio Grande foi a casa de muitos cinéfilos da capital potiguar alguns unidos pelos laços do amor outros pela arte, ele foi um dos últimos cinemas de bairro de Natal a fechar as portas para o público.

Criado em 1911, o Alecrim acompanhou e vivenciou os episódios dos melhores momentos do humor silencioso, produzido entre os anos de 1912 e 1915. O bairro que nasceu aguçado por novidades conseguiu o incrível feito de abrigar em sua área, entre os anos de

1918 e 1960, oito salas de projeção cinematográfica e, consequentemente, foi responsável por injetar uma enxurrada de filmes que cultivavam entre eles as aventuras do cinema mudo. O Alecrim Cinema foi primeiro a dar as boas vindas à Sétima Arte no bairro, foi inaugurado em dezembro de 1918, na Rua Dr Mário Negócio, número 1309.

O pioneirismo do Alecrim, não para por aí. Foi no Cine-Teatro São Pedro, inaugurado em 24 de dezembro de 1930, localizado na Avenida Leonel Leite nº 674 que pela primeira vez foi mostrado cinema falado em Natal, em abril de 1931. O espaço foi considerado o maior e mais confortável cinema do Rio Grande do Norte, possuía setecentas poltronas.

Em 1923, nasce no bairro o Cine José Augusto. Quase duas décadas depois, em 1946, é a vez do Cinema São Luiz, que inicialmente foi chamado de “Palácio Encantado do Alecrim”. Mas, como aconteceu com a maioria dos cinemas de bairro de Natal com o “Palácio”, da Rua Presidente Bandeira número 272, não foi diferente. Na década de 1960 o prédio, que pertencia ao Senado Luiz de Barros, foi vendido ao Banco do Brasil S/A ao preço de Cr\$ 500,00 e, o encanto acabou em 1974. No local até hoje funciona uma agência bancária.

Instalado na Praça Gentil Ferreira, no ano de 1947, o Cine Alecrim também fez parte da história do bairro que se tornou ao longo dos anos o principal ponto de comércio popular da capital potiguar. Além disso, outros cinemas tradicionais se contam na história do bairro: o São Sebastião, foi inaugurado na Avenida Coronel Estevam em 1947, em frente a Igreja de São Sebastião. Já o Cine Paroquial ou Cine Olde, foi construído em 1970 ao lado da Igreja de São Pedro, anos depois foi demolido para dar lugar ao salão paroquial da igreja. Em outubro de 1991, à Avenida Coronel Estevam, foi inaugurado o Cine Espacial, mas este durou pouco tempo.

O primeiro cinema a possuir ar condicionado e cadeiras confortáveis foi o Cine Nordeste, inaugurado em dezembro de 1958. Os traços futuristas do imponente prédio localizado no final da Rua João

Pessoa, 86, em Cidade Alta, são lembrados, pelos mais jovens, pelas exibições de filmes pornográficos. Já os mais antigos reconhecem que assistiram grandes clássicos nas duas salas que ali existiam. Durante alguns anos o prédio também foi a sede da Rádio Nordeste em Natal.

Após o período de decadência e exibindo filmes pornográficos, o cinema fechou as portas para os cinéfilos de plantão que foram desaparecendo anos após anos. Em 2008, o prédio foi alugado para a loja Leader que se comprometeu a preservar o prédio, revitalizar a Praça Kennedy e o Beco da Lama, nas proximidades. A fachada e as paredes externas foram tombadas como patrimônio cultural pelo Governo do Rio Grande do Norte junho de 2008.

O Cine Nordeste foi o último cinema de bairro de Natal a fechar as portas, resistiu o quanto pode. Sofrendo de um mal triste, assim como aconteceu com os demais cinemas de Natal, a situação não era das melhores desde a chegada de empresas multinacionais especializadas em cinema que se instalaram nos shoppings centers da cidade. Por isso, dia após dia os cinemas populares foram se esvaziando e assim, no apagar das projeções, tudo acabou num silêncio tenebroso.

Após os anos de glória e decadência dos cinemas populares de bairro, chegaram a cidade três empresas que monopolizam o cinema na capital do Rio Grande do Norte: Cinemark, Cinépolis e Moviecom. São multinacionais que possuem filiais em vários países do mundo. Essas empresas provocaram também algumas mudanças no hábito do público - os meninos que antes negociavam figurinhas na porta do cinema, já não existem mais, cresceram, com o passar do tempo as figurinhas e álbuns foram sendo substituídos, hoje deram lugar a modernos smartphones.

Os carrinhos de balas e pirulitos que funcionavam na porta daqueles estabelecimentos, cada um com sua característica própria, hoje são modernos quiosques que aceitam até dinheiro em espécie. O tamanho do pacote de pipoca cresceu e, muito, assim como o valor. As salas que antes possuíam características próprias, como cadeiras confortáveis ou não, com ou sem ar condicionado, atualmente são as

mesmas, independente da empresa. Mesmo assim, o público segue diante da grande tela, assistindo dos mais variados tipos de filmes, seja drama ou comédia, ação ou suspense, muitas vezes sem lembrar ou conhecer a verdadeira história de onde e como tudo começou na cidade.

Rádio em Natal

Outra forma de entretenimento que ganhou força em Natal no século XX foi o rádio, um dos pioneiros na comunicação de massa que chegou à capital potiguar quando o cinema já reinava. Uma das formas de entreter o público através das ondas radiofônicas, além dos noticiários, eram as radionovelas. O que o público estava habituado a ver no cinema ouvia com semelhança no rádio.

No Brasil ele chegou em 1922, na cidade do Rio de Janeiro, então Capital Federal. Inicialmente, era um produto muito caro e sofisticado, objeto de desejo para muitos. No Rio Grande do Norte, o rádio chegou em 1928, quando a Diretoria Geral de telégrafos instalou no bairro de Petrópolis uma emissora sem razão jurídica e função comercial. Em meados de 1938, os meios de comunicação de massa da pequena cidade do Natal, com pouco mais de 50 mil habitantes, eram os jornais impressos e o sistema de alto-falantes, denominado Indicador da Agência Pernambucana – I.A.P.

Os pouco mais de vinte alto-falantes, chamados de “bocas de ferro”, ficavam instalados em praças públicas e alimentados por fios de energia elétrica, transmitiam informações jornalísticas, músicas e apenas as apresentações artísticas eram ao vivo. Quando o relógio se aproximava de marcar nove horas da noite, era comum as pessoas ficarem debaixo dos alto-falantes em silêncio para ouvir a BBC de Londres, quinze minutos depois o noticiário terminava e a cidade ficava vazia, pois todo mundo ia pra casa. Além disso, o público apreciava a programação veiculada por emissoras das regiões sudeste e nordeste do Brasil, foi a partir daí que despertou o desejo do natalen-

se em possuir uma emissora de rádio local.

A partir da inauguração da Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, em 1923, várias outras emissoras entraram em operação. No Nordeste, as primeiras foram a Rádio Clube de Pernambuco e a Rádio Sociedade da Bahia. Instalada em São Paulo, em 1926, a Sociedade Rádio Educadora se estabeleceu como a mais poderosa emissora de rádio da América Latina (JAMBEIRO 2004, p.17).

Um dos idealizadores desse sonho, em Natal, foi o comerciante e principal incentivador da cultura potiguar, Carlos Lamas. Além do apelo popular, os interesses comerciais motivavam Lamas a lutar pela instalação de uma emissora radiofônica na capital do Rio Grande do Norte. Isso porque ele era representante oficial dos aparelhos de rádio RCA Victor e a implantação de uma rádio na cidade aumentaria as vendas no seu estabelecimento, denominado “Casa Carlos Lamas”.

A inauguração da Rádio Sociedade no Rio de Janeiro, então capital Federal e, emissoras em Pernambuco, Bahia e São Paulo, respectivamente, abriu as portas para um veículo que até então era utilizado principalmente pelas elites econômicas. O recém-nascido, rádio, tinha como audiência, para seus programas de literatura, ciência e música clássica, famílias mais abastadas, artistas e intelectuais. Segundo Jambeiro 2004, “O crescimento do número de emissoras foi significativo. Em 1930 o país tinha 19 delas funcionando regularmente. Oito anos mais tarde, somavam 41 a maioria como empresas comerciais, isto é, vendendo anúncios”.

[...] em 1938 surge o primeiro conglomerado brasileiro de veículos de comunicação de massa: a corporação, organizada como condomínio fechado, Emissora e Diários Associados, criada pelo jornalista e empresário Assis Chateaubriand e que duraria cerca de quarenta anos. Iniciado com a posse de cinco emissoras de rádio, 12 jornais diários e uma revista, o império chegou ao auge 20 anos depois, em 1958, então contabilizando 36 emissoras de rádio, 34 jornais diários, 18 emissoras de televisão e várias revistas, entre as quais a de maior circulação do país, O Cruzeiro, com quase um milhão de exemplares vendidos semanalmente (JAM-

BEIRO, 2004, P. 19).

Em janeiro de 1939, durante uma assembleia geral realizada nos salões do Aero Clube em Natal, foi aprovado o estatuto que disciplinou a atuação da primeira emissora radiofônica da capital potiguar, a Rádio Educadora de Natal. Segundo o estatuto, a REN foi criada com o objetivo de “irradiar programas de caráter artístico, cultural e educativo”. Com um capital de aproximadamente 200 contos de réis, a diretoria da primeira emissora de rádio de Natal precisou organizar festas sociais e campanhas para comprar materiais e equipamentos.

Para a instalação da REN, a população entrou em campo e contribuiu assiduamente para a construção, da primeira emissora de rádio em Natal, através de eventos chamados de Festa do Cimento, Festa do Microfone, Festa Radiofônica e Campanha do Disco. Apesar de ter sido idealizada por Carlos Lamas e da participação social, a REN pertencia a vários acionistas, entre eles: Carlos Farache, José Gurgel do Amaral Valente, Paulo Pimentel, Gentil Ferreira de Souza, José Elpídio dos Santos e Luís da Câmara Cascudo.

A construção do prédio que abrigou a primeira rádio oficial do Rio Grande do Norte só terminou no final de 1940, em terreno doado pelo então governador Rafael Fernandes. Mas, somente em maio de 1941, o Ministério de Obras e Viação autorizou o funcionamento da emissora. A inauguração oficial, no entanto, só ocorreria em 30 de novembro de 1941, mas somente em 29 de novembro de 1942, a emissora entrou no ar através da frequência 1270 kHz em Amplitude Modulada e prefixo ZYB-5, transmitindo em três horários: 8h às 11h; 13h às 15h; e das 18h às 22h.

Estava concretizado o sonho do seu maior entusiasta, o comerciante chileno Carlos Lamas. Seu nome consta no estatuto publicado na edição do dia 4 de fevereiro de 1939, no jornal “A República” como diretor de rádio. Nessa mesma edição aparecem os nomes de João Galvão Filho, como presidente, Januário Cicco, vice, Francisco Ivo Cavalcanti, procurador, Luís da Câmara Cascudo, diretor cultural

e, Valdemar de Almeida, diretor artístico.

Pouco tempo depois, em fevereiro de 1944, a Rádio Educadora de Natal passa a integrar o Grupo Diários Associados, que pertencia ao jornalista e empresário Assis Chateaubriand. A partir daí a REN tornou-se Rádio Poti, em homenagem ao principal cacique dos índios potiguares que viviam nestas terras antes da invasão portuguesa. E porque todas as emissoras do grupo possuíam nomes de tribos indígenas. A nova estrutura da até então única rádio, a Poti, do Rio Grande do Norte foi inaugurada a 1º de novembro de 1948, contando com estúdios próprios e o que, na época, foi considerado o maior auditório do país.

Dentre elas destacamos a construção de um primeiro andar, o aumento do palco onde eram apresentados os programas de auditório e a retirada do vidro que dividia a platéia e o palco, fato que promoveu um melhor tratamento acústico e tornou a comunicação, efetivamente, bidirecional, tendo em vista que o público além de ouvir a própria voz dos emissores, podia interagir facilmente com os locutores (RODRIGUES 2006).

Mas, não foi apenas a estrutura física que mudou nessa transição. Com o título Poti a Rádio Associada, a emissora passou a receber nomes da música nacional como Vicente Celestino, Ângela Maria e vários outros. Depois da Poti surgiu, em 1954, a Rádio Nordeste AM 900 Khz, fundada pelo então governador do Rio Grande do Norte Dinarte Mariz, conquistando o público com uma programação bastante diversificada. Entre os programas de maior audiência se destacavam o Bom dia Natal, Aguardando o Futebol e Eu, Você e a Noite, além das radionovelas, algumas feitas ao vivo, também figuravam entre as preferidas do público, a maioria dos ouvintes era formada por donas de casa.

Em 1995, a emissora é adquirida pela igreja evangélica Assembleia de Deus. Depois da Nordeste nasce em dezembro de 1954 a Rádio Cabugi e, posteriormente, vieram emissoras como a Rádio Difusora de Mossoró, Rádio Rural de Natal, Mossoró e Caicó, Rá-

dio Trairi, entre outras. O primeiro locutor a utilizar o microfone da Cabugi, onde se destacavam programas como Histórias fantásticas, Hora Sertaneja, Data Querida, entre outros, foi Arnóbio Toscano e a primeira locutora da emissora foi Gilvanise Moreira.

Em uma sociedade patriarcal, machista e masculina, como a que se concretizou o Brasil durante muitos anos, o papel da mulher ainda se resumia aos afazeres do lar, como cuidar da casa, dos filhos e do marido. Desde cedo a menina aprendia a lavar, passar, cozinhar, costurar etc. Na família ideal, o homem tinha total autoridade sobre a mulher e era responsável pelo sustento da casa. Os direitos delas eram poucos, praticamente não existiam, mas os deveres eram muitos. Com o passar dos anos esse processo de equiparação entre os sexos em casa e na sociedade em geral vem mudando, mas ainda precisa evoluir bastante.

Deixar os “afazeres” femininos, impostos pela sociedade, para buscar espaço no mercado de trabalho, fora de casa, era muita “ousadia” e em cidades pequenas com hábitos provincianos como a cidade do Natal, entre os anos 1940 e 1950, onde praticamente todo mundo se conhecia, o preconceito contra a mulher era mais evidente. Algumas buscaram o seu espaço no rádio, como foi caso de Eunice Campos que iniciou a carreira radiofônica no início dos anos 1950 na rádio Poti, utilizando o pseudônimo Sandra Maria para que seu pai não descobrisse e a proibisse de trabalhar.

As radionovelas, que tanto brilharam nos países latinos americanos, surgiram em Havana, Cuba no ano de 1935. O formato fez muito sucesso nos países latinos americanos, especialmente aqui no Brasil, onde durante um período de 15 anos os folhetins radiofônicos lideravam a preferência do público. Entretanto, esse formato só chegou ao território brasileiro dois anos depois, em meados de 1937.

O sucesso das radionovelas no Brasil começou no eixo Rio de Janeiro - São Paulo. Em Natal/RN, a primeira emissora de rádio a começar a transmitir os folhetins foi a Rádio Poti, que deu início às transmissões no final dos anos 40. Acerca desse fenômeno, CESÁ-

RIO, Danilo, narra, no livro Radionovela a magia do passado encantando o presente.

Em junho de 1941, nas ondas da Rádio Nacional do Rio de Janeiro, o locutor Aurélio Andrade deu início à primeira transmissão de uma radionovela no Brasil. Era ‘Em busca da felicidade’, a emocionante novela do cubano Leandro Blanco traduzida e adaptada por Gilberto Martins. Transmitida às segundas, quartas e sextas-feiras, pela manhã, ela deu início a um estilo de entretenimento de sucesso que esvaziou ruas e envolveu índice de audiência (CESÁRIO, 2006, P. 26).

O rádio alcançou o apogeu entre os anos de 1940 e 1955, esse período ficou conhecido como “A era de ouro do Rádio”, apesar desses avanços tecnológicos, da chegada da televisão e internet, o rádio continua sendo um importante meio de comunicação de massa, pois, através dele as notícias chegam mais rápido, desde o seu nascimento é considerado um veículo instantâneo, que consegue passar informações com mais agilidade e por isso é uma ferramenta importante no meio jornalístico.

Apesar de todos os avanços apresentados na década de 1930, foi a partir de 1940, com o início da chamada Época de Ouro do Rádio, que ele obteve o seu apogeu como veículo de propaganda. A Rádio Nacional, por exemplo, aumentou o seu faturamento em mais de sete vezes entre os anos de 1940 e 1946 (CESÁRIO, 2006, P.23).

Antes da chegada da televisão, o rádio tinha grande importância nos lares brasileiros, visto que com o passar do tempo foi se popularizando e tornou-se o principal meio obtenção de informação e entretenimento. As gravações ainda não eram possíveis e as radionovelas eram levadas ao ar ao vivo. Com a chegada da televisão no Brasil em 1950, idealizada pelo paraibano Francisco de Assis Chateaubriand Bandeira de Melo, ou simplesmente, Assis Chateaubriand, alguns estilos de entretenimento foram adaptados para a telinha. E as radionovelas na televisão, passaram a ser chamadas de telenovelas. Hoje,

produto de exportação do país.

Apesar de a televisão ser bem mais procurada pela riqueza de detalhes nas jogadas e lances através das imagens, o rádio ainda é muito ouvido pelos torcedores, principalmente aqueles que vão assistir a uma partida de futebol no estádio. Na maioria dos estádios do país podemos ver torcedores assistindo o jogo da arquibancada e acompanhando a narração pela “caixa falante”. Após algumas décadas o rádio está mais leve e portátil. As transmissões radiofônicas ainda são muito procuradas pela riqueza de comentários das jornadas esportivas e pela instantaneidade do veículo.

Como meio de comunicação, o rádio é considerado veículo de massa, pois atinge um número imensurável de ouvintes, devido às suas características. Entre elas, esta a facilidade que o homem possui em captar e reter as mensagens falada e sonora de maneira simultânea, com a realização de outras atividades que não necessariamente receptivas. A ausência de imagem e a utilização da linguagem oral pelo rádio promovem um envolvimento entre locutor e ouvinte, fazendo com que seja criado o que Ortriwano chama de “diálogo mental” com o emissor (ORTRIWANO, 1985, p. 80).

O passado desse importante veículo de comunicação de massa infelizmente não inspirou o presente radiofônico, tendo em vista que as emissoras AM's ou FM's de hoje não dispõem de toda essa variedade profissional tampouco contenedística. Apesar de todos os avanços tecnológicos, inovações na linguagem e efeitos sonoros, a migração de Amplitude Modulada para a Frequência Modulada e a maioria delas pertencerem a grupos políticos, o fato é que a primeira emissora de rádio do Rio Grande do Norte nasceu a partir de um desejo popular e do esforço de idealizadores, apesar de terem interesses próprios, contou com uma vasta equipe de profissionais que ao longo dos anos transmitiu a sociedade natalense uma programação diversificada, assim como acontecia nas principais emissoras do país.

Considerações finais

Eles chegaram a Natal em épocas diferentes, mas fizeram história e ganharam força praticamente no mesmo período, durante a Segunda Guerra Mundial. A vinda das forças americanas para Natal se deu ainda antes de fechados os acordos diplomáticos que resultaram em um dos conflitos mais sangrentos da história da humanidade. De forma bem discreta, os primeiros pousos e decolagens feitos por aeronaves americanas no aeroporto de Natal, atual cidade de Parnamirim na região metropolitana da capital potiguar, começaram por volta de junho de 1941.

A cidade está localizada numa posição geograficamente estratégica, sendo limitada a leste pelo oceano Atlântico, é o ponto mais próximo até Dakar, na África, por isso, tornou-se Base Militar americana. Nesse período o cinema já estava consolidado na cidade, desde a construção do Polytheama em 1911, e era a única forma de contato do natalense com outras culturas. A pequena cidade recebeu um grande número de pessoas com características bem diferentes dos nativos que aqui viviam. Eram homens altos, de olhos e pele clara, falando um idioma que praticamente ninguém entendia.

A presença americana em Natal trouxe hábitos como beber refrigerante na boca da garrafa, usar calça jeans e beijar na boia em público. Além disso, o medo e a ansiedade tomaram conta daqueles que aqui viviam e ainda não estavam acostumados com tantos “avanços”. O povo temia que a cidade fosse atacada pelos inimigos dos seus novos moradores e, por isso, era submetido, pelos soldados, ao “toque de recolher” e ao “Black-out” – o apagar das luzes da cidade para dificultar a chegada de possíveis invasores. Os novos habitantes da capital potiguar influenciaram também na grade de programação musical da então única emissora de rádio da cidade, a REN, que passou a divulgar a cultura americana para os ouvintes com músicas e alguns vocábulos estrangeiros através da locução.

Enquanto o cinema possuía vários espaços, espalhados pela ci-

dade, dedicados exclusivamente para entreter o público através da grande tela e com um preço bastante acessível, o rádio ainda estava em processo de instalação na cidade, dava os primeiros passos através da Rádio Educadora de Natal, presidida por Gentil Ferreira de Souza, e tinha como diretor técnico e superintendente, respectivamente, Carlos Lamas e Carlos Farache, até então, primeira e única emissora radiofônica da cidade. Em dezembro de 1940 foi instalada a sua torre com os transmissores, mas só em novembro de 1942 a REN vai ao ar com a frequência AM 1270 KHz e o prefixo ZYB-5. Ao contrário do cinema, o rádio era um produto caro e sofisticado, privilégio de poucos. Ele esteve no auge entre os anos 1940 e 1955, período conhecido como “A era de ouro do Rádio”.

Enquanto o cinema nasceu mudo, o rádio já nasceu falando e cheio de apetrechos sonoros criados na maioria das vezes ao vivo durante a exibição das radionovelas. A chegada de grandes grupos interessados em veículos como o rádio e o cinema se deu em épocas diferentes. Em menos de dois anos depois de instalada a primeira emissora radiofônica em Natal, a Rádio Educadora, foi vendida, ao grupo Diários Associados, tornou-se Rádio Tupi, que pertencia ao jornalista e empresário paraibano Assis Chateaubriand. Dono de um dos maiores conglomerados midiáticos do país, Chatô, como era chamado pelos amigos, possuía jornais impressos em várias cidades brasileiras, assim como revistas e inúmeras estações de rádio, por isso, era tido por muitos como o “Rei do Brasil”.

A partir daí, surgiram em Natal e em todo o Rio Grande do Norte inúmeras emissoras operando em Amplitude Modulada, as chamadas AM's, a maioria delas ligadas a líderes políticos. Por outro lado, com o cinema de bairro houve efeito contrário, o declínio se deu gradativamente. Pouco a pouco os espaços foram perdendo público. Alguns se tornaram lojas de departamento, outros igrejas, já a maioria fechou e caiu no esquecimento. A chegada de grandes grupos ligados à Sétima Arte em Natal só se deu de fato em meados da década de 1980 com a construção de grandes shoppings centers o que centrali-

zou e monopolizou a exibição de filmes na cidade.

Independente de transmitir em HD, AM, FM ou Digital o rádio e o cinema cumprem o seu papel. Cada um em seu espaço eles permanecem firmes entretendo e informando um público cada dia mais fiel e crescente, como é o caso do cinema e, cada vez mais discreto para o rádio.

Referências

AVELINO, Carmem Daniella S. H. **A imprensa natalense na Segunda Guerra Mundial: uma análise da cobertura da guerra pelo jornal “A República” (1942-1943)**. Natal, 2003. Monografia da Especialização em Comunicação e Estudos da Mídia, Pró-Reitoria de Pesquisa e Pós-Graduação, Universidade Potiguar.

CASCUDO, Luís da Câmara. **História da cidade do Natal**. 2 edição – Rio de Janeiro: Civilização brasileira; Brasília: INL: Universidade Federal do Rio Grande do Norte, 1980.

_____. **Crônicas de origem: a cidade do Natal nas crônicas cascudianas dos anos 20**/Luís da Câmara Cascudo; Raimundo Arrais (organização e estudo introdutório). – Natal, RN: EDUFRN – Editora da UFRN, 2005.

CUNHA, José Eduardo Vilar. **O início do Rádio no Rio Grande do Norte, 2009**. Disponível em: <http://www.nataldeontem.blogspot.com.br>, acesso em 23 de outubro de 2016.

CESÁRIO, Danilo Vieira. **Radionovela: a magia do passado encantando o presente**. Fortaleza. Editora: LCR, 2006.

DIÁRIO OFICIAL do Rio Grande do Norte. Suplemento Nós do RN, ano II, nº 13 – dezembro de 2005.

DIÁRIO OFICIAL do Rio Grande do Norte. Suplemento Nós do RN, ano VI, nº 68 – setembro de 2001.

JAMBEIRO, Othon, et al. **Tempos de Vargas: o rádio e o controle da informação [online]**. Salvador: EDUFBA, 2004.

LIMA, José Ayrton. **História do Rádio no Rio Grande do Norte**. Natal:

Edição Coojornat, 1984.

MORAIS, Fernando. **Chatô: o rei do Brasil**. 3. Edição. São Paulo, 1994. Artigo produzido com base no III capítulo da monografia “A Rádio Poti na ‘era de ouro’ da radiofonia potiguar: a narração de uma história”, de Edivânia Duarte Rodrigues, orientação do Prof. Dr. Adriano Lopes Gomes, na Universidade Federal do Rio Grande do Norte.

ORTRIWANO, G. S. **A informação no rádio**: Os grupos de poder e a determinação dos conteúdos. São Paulo: Summus, 1985.

PAIVA, Lara. **Cinemas antigos do centro de Natal, 2015**. Disponível em: <http://www.brechando.com/2015/09/cinemas-antigos-do-centro-de-natal/>. Acesso em: 16 de out. de 2016.

PAIVA, Lara. **Onde ficava o cine Polytheama? 2015**. Disponível em: <http://www.brechando.com/2015/10/onde-ficava-o-cine-polytheama/>. Acesso em 16 de out. de 2016.

RODRIGUES, Edivânia Duarte. **Rádio Poti de Natal: narrando as primeiras histórias, 2006**. Disponível em: <http://www.carosouvintes.org.br/radio-poti-de-natal-narrando-as-primeiras-historias/>. Acesso em 29 de out. de 2016.

A COR NO CINEMA DE JEAN-LUC GODARD

Veruza de Morais Ferreira

Maria Helena Braga e Vaz da Costa

Esse artigo busca investigar a forma simbólica atuante no uso da cor por Jean-Luc Godard em sua filmografia. Discutiremos de que modo Godard estabelece, nas obras, uma poética da cor de forma pictórica. Como propósito desse do artigo, refletiremos a relação entre o cinema e a pintura, analisando a aplicabilidade de elementos pictóricos como a cor e a luz, entre outros elementos plásticos, e suas influências narrativas e estéticas. A proposta final consiste em promover um diálogo entre as artes e a comunicação, analisando filmes como objetos artísticos que comunicam por meio de elementos simbólicos que se integram à pintura.

Introdução

Eu fiz esperando alguém pensar por si mesmo, existe aqueles que têm um tinteiro e a tinta preta, a impressão e, em seguida, por outro lado, aqueles com uma caixa de cores. Então você pode pensar que, por um lado, há o texto, e, por outro quadro. Aqui, se éramos apenas nós dois e pudéssemos escolher, eu escolheria uma vez a caixa de cores, e você iria deixar o tinteiro. As pessoas me perguntam o que isso significa. Eu filmo um estado na realidade. (ARÓZAMENA, Alejandro; BADIOU, Alain. 2014, tradução nossa)¹.

No que concerne a relação subentendida da aplicabilidade da cor como elemento pictórico, em *Uma Mulher é Uma Mulher (Une Femme est Une Femme)*, Jean-Luc Godard, 1961), é possível identificar a representação das matrizes cromáticas vermelho, azul e branco que persistem em aparecer. Supostamente, as combinações dessas três matrizes cromáticas sugerem relações simbólicas com a bandeira francesa. Ao mesmo tempo, percebe-se as matrizes cromáticas azul, vermelho e marrom, em torno dos mesmos personagens – o vermelho representando Ângela (Anna Karina), uma dançarina de cabaré que deseja ter um bebê e tenta convencer seu namorado; o azul, o personagem de Émile (Jean-Claude Brialy), o namorado; e o marrom, o possível amante e amigo de Émile, Alfred (Jean-Paul Belmondo) (Figura1).

1 Lo hice a la espera de que alguien pensara, por sí mismo, que hay quienes poseen un tinteiro tinta el negro, la impresión y luego, por otra parte, están los que tienen una caja de colores. Así se podría pensar que, por un lado, está el texto, y por el otro, la imagen. Aquí, si estuviéramos sólo nosotros dos y pudiera elegir, yo escogería más bien la caja de colores y, a usted, le dejaría el tintero. La gente me pregunta qué quiere decir eso. Yo filmo un estado de hecho. (ARÓZAMENA, Alejandro; BADIOU, Alain. Brumaria. Net, Madri, jun. 2014. Disponível em: <<http://brumaria.net/documentos/292-entrevista-a-jean-luc-godard-a-lemonde-10-06-2014/>>. Acesso em: 18 ago. 2016)



Figura 1: Matrizes cromáticas azul, vermelho e marrom representadas no figurino dos personagens em *Uma Mulher é Uma Mulher*.

Fonte: autoria própria, *frame 1(1)*.

O vermelho por si é considerado uma cor quente. Primária, emite as cores do fogo. O azul é um matiz frio, emite cores da noite, da água, da natureza, fornecendo efeitos geralmente calmantes. O azul é a única cor primária nas cores frias. Já o marrom, matiz quente, junto aos demais, forma uma tríade, uma possível representação de um triângulo amoroso (Angela, Émile e Alfred). Considerando que cores complementares do ponto de vista teórico se atraem conforme Dondis (2007), os matizes azul e vermelho não são encontrados em frente um do outro no círculo cromático. No entanto, são cores primárias designadas quente (vermelho) e fria (azul) que justas se harmonizam, atestando o ditado popular de que “os opostos se atraem”. Ao decorrer do filme, Angela (vermelho) e Émile (azul) inexoravelmente se atraem, por mais que pensem de formas diferentes (Figura 2). No entanto, considerando a natureza das cores, sob a luz solar, a cor complementar do matiz vermelho é o verde, cor-luz por prover de uma fonte luminosa (sol); secundária, por ser obtida pela mistura do amarelo com o azul e complementar por situar-se opostamente no círculo cromático (PEDROSA,2008).



Figura 2: Círculo cromático.

Fonte: Disponível em <<http://www.canalmasculino.com.br/aprendendo-a-combinar-cores-o-circulo-cromatico/>>. Acesso em 15 ago.2016.

Além da representação significativa da cor, em *Uma Mulher é Uma Mulher* (1961), podemos observar que a projeção de *flashes* luminosos produzem similarmente os efeitos da *op art* (arte óptica) na cena em que a personagem Ângela se apresenta refletindo sobre seu triângulo amor (Figuras 3 e 4). A *op art*, pode apresentar figuras em preto e branco ou coloridas, e os diferentes níveis de iluminação criam a ilusão de ótica, suas cores contrastantes ou a utilização de cores complementares constituem efeitos visuais como sobreposição e movimento (GOMBRICH, 1996). A *op art* foi desenvolvida durante anos 1960, pela pintora inglesa Bridget Riley e o pintor franco-húngaro, Victor Vasarely (STRICKLAND, 2002).



Figura 3: Cena de *Uma Mulher é Uma Mulher*.

Fonte: autoria própria, *frame 2(1)*.

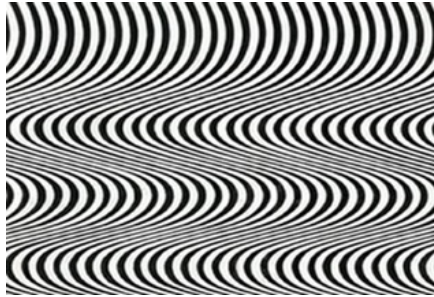


Figura 4: “Corrente”, Op Art (1964, Bridget Riley, MoMa, NY).

Fonte: http://artesdaora.blogspot.com.br/p/op-art_9.html.

Similarmente ao *flashes* luminosos produzidos em algumas cenas do filme *Uma Mulher é Uma Mulher* (1961), são os efeitos produzidos dos Aparelhos Cinecromáticos (Cerca de 1964), do artista potiguar Abraham Palatnik² (19-02-1928) ao projetar máquinas em que a cor aparece se movendo. São criadas como experimento, caixas de telas com lâmpadas móveis, acionadas por motores. Ao mover-se, o jogo de luz apresenta-se “numa dança”, similar a um momento visual instável que o movimento circular indica.

² Disponível em < <https://enciclopedia.itaucultural.org.br/pessoa9891/abraham-palatnik.>>. Acesso em: 03 maio. 2017.

Uma relação híbrida é por nós, identificada no filme em questão. Considerando o desenvolvimento do aparato tecnológico no cinema, sabemos que a definição dos mecanismos está igualmente localizada em fatores econômicos, históricos e estéticos favoráveis a uma subjetividade autoral. O cinema é considerando um território interdisciplinar. Pintura, música, teatro e literatura afirmam-se em uma única linguagem. O cinema e as demais formas artísticas de expressão originam intermináveis possibilidades.

A propósito, para Aumont (2004) há uma conexão entre a pintura impressionista e o cinema de Godard, pois ambas buscam representar sensações reais – sensações atmosféricas do momento presente (o pôr do sol, o nascer do dia), dos sentimentos e emoções (perdas, alegrias, solidão, dúvidas existenciais). As relações de semelhança dos trabalhos de Godard com a pintura podem ser explícitas dentro de uma representação mediada por elementos como a cor e a luz.

A pintura se faz evidente em *Passion* (Jean-Luc Godard, 1982), existe uma forte relação de Godard com a pintura, uma vez que a narrativa do diretor relata a produção cinematográfica de um filme que se alicerça a partir dos antigos mestres da pintura. É possível identificar a conexão explicitamente representada em sua iconografia, visto que “quadros vivos” são representados e encenados, ultrapassando a moldura. A moldura aqui se define como o espaço que delimita e enquadra materialmente a representação (a cena).

Podemos afirmar que a presença pictórica de Godard está intrinsecamente relacionada a maneira como ele representa a pintura no cinema. Trabalhando interdisciplinarmente com outras linguagens (pintura, música, literatura e o vídeo), analogicamente a natureza estética da cinematografia de Godard que se inicia no cinema moderno (*nouvelle vague*), chega a ser similar ao que o diretor inglês Peter Greenaway propõe ao cinema contemporâneo atualmente. Peter Greenaway tem sua produção cinematográfica que varia entre os diversos campos das artes plásticas, do vídeo, da literatura e da música (GARCIA, 2000).

Sucessivamente ao surgimento da perspectiva (Renascimento) e ao aprimoramento da técnica do claro-escuro (Barroco), o cinema seguidamente evidencia os efeitos de luz para dramatizar e dar ênfase as emoções. A relação pintura e cinema se faz presente nas dramatizações em nuances, o jogo de luz e sombra constrói, ao longo do tempo, formas simbólicas com os seus contrastes, erguem-se as expressões dos sentimentos, por vezes de angústia e felicidade. Em *Passion* (1982), o emprego da luz da mesma forma possui função simbólica, sua presença está ligada a um sentido, pretende dramatizar, encenar o pictórico³.

O Romantismo (século XVIII) e o Barroco (século XVIII-XIX), exploram contrastes de luz e sombra, favorecendo a luminosidade e os meios-tons. Os contrastes de luz e sombra concedem o aparecimento de matizes e nuances. A cor passa a ser valorizada provocando efeitos de dramaticidade e revelando os sentimentos, por tantas vezes do presente, da vida das cortes luxuosas, do povo simples, valorização do nacionalismo e da natureza (GOMBRICH, 1996). Podemos construir em análise equiparável do desempenho desses efeitos nas representações pictóricas das obras em *A Maja nua* (La Maja Desnuda, C.1799-1800), *A família de Carlos IV* (C.1800), de Francisco Goya, *O relógio de noite* (C. 1642) de Rembrandt, e as cenas em *Passion* (Figuras 5, 6, 7, 8, 9 e 10).

³ Rembrandt (1606-1669), pertencente ao movimento Barroco, e Goya (1746-1828), do Romantismo, são alguns exemplos de pintores que reúnem suas representações pictóricas no fílmico.



Figura 5: O relógio de noite (C.1642 Óleo sobre tela. Amsterdã, Holanda.
Fonte: Olga Gallery.



Figura 6: A representação de *O relógio de noite* em *Passion*.
Fonte: autora; *frame 1(1)*.



Figura 7: *A Maja nua* (La Maja Desnuda, C.1799-1800). Óleo sobre tela. Museu do Prado, Madrid..

Fonte: Olga Gallery.



Figura 8: A representação de *A Maja nua* em *Passion* (1982) .

Fonte: autora; *frame 2(1)*.



Figura 9: A Família de Carlos IV (Goya, C.1800). Óleo sobre tela. Museu do Prado, Madrid.

Fonte: Olga Gallery.



Figura 10: A representação de *A Família de Carlos IV* em *Passion* (Godard, 1982).

Fonte: autora; *frame 3(1)*.

Na pintura barroca, Caravaggio (1573-1610), propunha chamar atenção do observador intencionalmente por sua forma inovadora

do emprego da luz, proporcionando maior volume, dramaticidade, e diminuindo a variedade de cores. No cinema, o emprego da luz da mesma forma possui função simbólica na *mise en scène*, sua presença está ligada a um sentido simbólico, dramático e atmosférico. A presença de luz na imagem toca o sobrenatural, as anunciações, revela elementos significativos nos objetos e constrói tonalidades atmosféricas (representações atmosféricas dos momentos do dia e as estações do ano)⁴.

Em consonância com Aumont (2004), *Pierrot Le Fou* (Jean-Luc Godard, 1965), filme do primeiro período godardiano, antecedente a *Passion* (1982), utiliza a pintura como construção metafórica da representação dos personagens Ferdinand e Marianne (Belmondo e Anna Karina), em uma montagem alternada de telas pintadas. A representação das obras *Pierrot* de Picasso, referente à obra *Paulo em Pierrot* (Paul as a Pierrot, 1925) e à menina de Renoir, a obra *Menina com as espigas* (*Petite fille à la gerbe*, Renoir, 1888), possivelmente já constroem a relação análoga com os personagens Pierrot e Marianne Renoir (Belmondo e Anna Karina) (Figuras 11 e 12).

⁴ *Mise en scène* é uma expressão francesa que está relacionada com encenação ou o posicionamento de uma cena, mais especificamente tem relação com tudo que possui significância dentro da mesma cena (COSTA, 1989).



Figura 11: A Menina de Renoir citada em *Pierrot Le Fou*.

Fonte: autora; *frame 1(2)*.



Figura 12: O Pierrot de Picasso em *Pierrot Le Fou*.

Fonte: autora; *frame 3(1)*.

Em *Pierrot Le Fou* (1965), mais uma vez identificamos na narrativa fílmica um triângulo amoroso, Ferdinand Griffon (Jean-Paul Belmondo), certa noite encontra Marianne Renoir (Anna Karina), uma antiga amiga, babá dos seus filhos, e para fugir do “tédio”, aceita escapar com a mesma, não sabendo que a jovem é envolvida com mafiosos, pondo sua vida em risco. Ao racionalizar o emprego dos matizes cromáticos vermelho e azul no entorno dos personagens, as matrizes se desdobram entre o vermelho como matiz “onipresente” na narrativa, em sua conotação fria, representa em toda parte, o san-

gue, em referência à vida perigosa que Pierrot (Ferdinand), assumiu estando ao lado de Marianne. O azul por sua vez, é representado de forma fria, expressando emoções como desespero ante a morte. “Pode-se dizer que o azul sempre implica algo escuro” (GOETHE, 1993, p.143). O personagem Ferdinand se apresenta conectado ao matiz azul, que ao decorrer da narrativa, ganha nuances. Perto da sua morte, “Pierrot” torna-se um mascarado de azul (Figura 13), que se envolve em um final sombrio, um sentimento vazio e obscuro toma conta de Ferdinand (Jean-Paul Belmondo), que amarra explosivos em sua cabeça para explodir.



Figura 13: Pierrot (Ferdinand) próximo da morte. Cena de *Pierrot Le Fou*.
Fonte: autora; *frame 3(1)*.

Ao situar a linguagem de Godard na fronteira entre cinema e pintura, Godard decide por incorporar o uso favorável do avanço tecnológico possibilitando aos seus filmes um tratamento contrário ao da opinião pública, pode, no entanto, ser considerado um “grande pintor” que construiu uma relação existente entre cinema-pintura a partir dos períodos históricos de relevância vivenciados pela pintura e pelo cinema, valendo-se das quebras ideológicas impostas pelo mercado da arte.

É relevante destacar o hibridismo estético não unicamente me-

diante novas estratégias tecnológicas que estão a dispor dos cineastas na contemporaneidade, bem como por meio da análise estética e linguagens distintas particulares a cada um. O hibridismo de Godard está relacionado a uma estética do autor que se coloca explicitamente como uma mistura de linguagens. Godard como cineasta pode ser considerado um representante de grande relevância para o cinema considerado linguagem, por ter um trabalho autoral, experimental e organizado de forma a buscar reflexões do espectador.

Entendemos que, ao nos referirmos a híbrido ou à hibridismo, essas concepções determinam algum elemento que emerge da produção entre vários e distintos elementos (presença da linguagem híbrida compreende a estética cinematográfica que incorpora a pintura por meio de traços que materializam elementos simbólicos). No caso do cinema, aparatos cinematográficos como a luz, a impressão de movimento (considerando que cinema é fotografia em movimento) e a cor são tidos como elementos que são influenciados por outras linguagens como a pintura e a fotografia. Daí, talvez o fato de o cinema explicar o fato de uma linguagem dar unidade a outra, e não substituí-la. A fotografia buscou superar a pintura com o seu realismo, ao passo que o cinema empenhou-se a dar dinamicidade ao que antes era estático. Em comum, essas linguagens em nenhum momento usaram da exclusão, mas sim da fusão - pintura, fotografia e cinema juntos num único propósito: a verossimilhança⁵. O hibridismo cinematográfico resultou de procedimentos e linguagens que se entremeiam e se transfiguram para levar em conta as novas demandas (no cinema moderno, as novas demandas compreendem uma nova subjetividade individual ou coletiva), ampliando a diversidade linguística imagética.

Em uma outra vertente, em concordância com Santaella e Nöth (1999, p.183), pode-se levar em conta as misturas entre os paradigmas

⁵ Para Aristóteles (384-322 a.C) a imitação não se limita ao conceito de mimese do mundo exterior, mas se sustenta pelo critério de verossimilhança e fornece a representação como uma possibilidade, no plano fictício, sem qualquer compromisso de traduzir a realidade empírica (COSTA, 2003).

da imagem, pré-fotográfico e fotográfico, atuante no pós-fotográfico. O resultado dessas misturas integra outros fenômenos artísticos combinados em uma hibridização das artes. Imagens artesanalmente concebidas (pinturas e esculturas), imagens sintéticas (fotografias, filmes e vídeos), instituem instalações artísticas. Construindo um paralelo com o pensamento dos autores, é importante considerar a hibridização não restrita apenas as artes, já que ela adentra o cotidiano na fotografia midiática.

Para Costa (2011, p.17), Bazin certifica a conexão do surgimento da fotografia ao do cinema quando afirma que “[...] o filme é essencialmente uma extensão da fotografia”. A intervenção humana e o aperfeiçoamento da câmara incluíram o movimento presente na vida, o que tornou o cinema mais realista do que a fotografia propriamente dita.

As inovações tecnológicas no cinema podem ser explicadas, a princípio, sob o olhar de exigências econômicas, considerando o pensamento da época de que “[...] uma nova tecnologia não pode ser bem-sucedida a menos que preencha algum tipo de necessidade” (BUSCOMBE, 1978, p.24 apud COSTA, 2011, p.36). No entanto, dentro do atual panorama cinematográfico, os elementos estéticos podem ser entendidos como importantes e poderosos, já que suas conotações são controladas intencionalmente para efeitos de significado, sendo a cor um desses elementos. Sobre a introdução da cor no cinema como elemento estético, Costa (2011, p.118) comenta:

A cor pode ainda ser controlada de acordo com os planos estéticos e artísticos mais ou menos pré-definidos por parte dos diretores. Um dos “modos cinemáticos” de explorar a cor, por exemplo, é escolher as cores de uma cena exterior de acordo com a estação do ano, a hora do dia, e as condições meteorológicas.

E acrescenta, analisando o trabalho de Godard:

[...] a abordagem de Godard no que se refere ao uso da cor se desenvolve com o objetivo de apresentá-la como um elemento significantemente distinto e dissociado, e destacando o próprio

significado e importância. Apresentando seus filmes como um “desafio radical” em termos de construção narrativa, a cor se apresenta como um elemento para “realçar a si mesmo” dentro do filme, e não enfatizar cenas e personagens específicas. A cor não é utilizada por Godard com uma função para a narrativa – ou, pelo menos, qualquer função convencional –, mas está integrada e inserida em seu contexto de modo a adquirir seu próprio valor e significado no contexto amplo (COSTA, 2011, p.140).

A partir das considerações de Costa (2011), entende-se que o cinema de Godard faz uso da cor em função da representação simbólica ligada a presença particular do autor em seus filmes. É plausível caracterizar o processo evolutivo de produção da imagem que propõe a existência de três paradigmas da imagem: o pré-fotográfico (imagens construídas artesanalmente), o fotográfico (produzidas pela captura mecânica) e o pós-fotográfico (imagens manipuladas por computadores), como consequência, a existência das criações artísticas combinadas com imagens artesanais, fotografias, holografia (registro em 3D) e infografia – constituiu-se a hibridização das Artes. O pluralismo do estilo e a mistura de técnicas são características da atualidade (SANTAELLA; NÖTH, 1999).

Para Costa (1989, p. 114), “[...] a difusão de câmeras mais fáceis de manobrar e mais leves, com formato reduzido, e o progressivo melhoramento das técnicas de gravação direta do som favorecem a saúde dos estúdios”. O autor constata que, na década de 1930, novas inovações tecnológicas favoreceram o desenvolvimento de uma nova linguagem. A tecnologia corrobora para a ruptura com o tradicionalismo no cinema. O protótipo hollywoodiano é fragmentado, e aí surge a recusa da tradição.

A vinculação existente do cinema com outras linguagens se edifica na medida em que se percebe a imagem em movimento como uma linguagem complexa, dentro de um processo de acepção significativo que trabalha por meio de códigos e convenções. Cinema é movimento. A imagem é um ícone que representa alguma coisa e está sempre

ligada a um texto a ser explorado. Nesse aspecto, o cinema é visto como fotografia manipulável intencionalmente. Com base nesta reflexão, chegamos à conclusão de que toda fotografia - no caso aplicável ao cinema - carrega a contradição do “testemunho da verdade” (KOSSOY, 2009), considerando o lugar em que diferentes ideologias podem fazer uso do recurso fotográfico, auxiliado pelas mediações tecnológicas e pela divulgação informacional. Sobre as intencionalidades, afirma Kossoy:

As diferentes ideologias, onde quer que atuem, sempre tiveram na imagem fotográfica um poderoso instrumento para a veiculação das ideias e da conseqüente formação e manipulação da opinião pública, particularmente a partir do momento em que os avanços tecnológicos da indústria gráfica possibilitaram a multiplicação massiva de imagens através dos meios de informação e divulgação (KOSSOY, 2009, p. 20).

A combinação das ideias desse artigo possui natureza interpretativa, visa elucidação de fenômenos presentes no simbolismo de Godard, analisando, registrando e interpretando “como” e de “que forma” se dá essa construção predominantemente embasada na semiótica sob as considerações de Santaella e Nöth (1999).

A motivação para a análise do objeto empírico, surge do intuito de pensar os elementos pictóricos considerando as sensações transmitidas pelos mesmos e situando-os no contexto histórico e cronológico de cada filme. A presença de elementos pictóricos no cinema a princípio é um campo de investigação pouco explorado pelos estudos cinematográficos, para Maria Helena Costa (2011, p.39), inicialmente a cor é resultante de uma possibilidade em alcançar efeitos realistas; no entanto,

[...] a cor pode ser usada no intuito de fornecer prazer visual, já que é um elemento afeito à manipulação de modo deliberado. Ela pode ser usada de modo expressivo, dependendo do modo como suas degradações são escolhidas, combinadas e misturadas para enfatizar efeitos dramáticos, podendo constituir-se em um

elemento significativa para a narrativa. Modificações graduais nas cores de uma cena, assim como mudanças no figurino e cenário, podem assumir significados diferentes.

É bem verdade que, quando a cor é voltada ao modo expressivo, podemos levantar possibilidades e efeitos dramáticos ao buscar significados consideráveis e possivelmente similares aos efeitos provocados pelas pinturas. Os componentes estéticos presentes na elaboração de um filme - a luz, o enquadramento, a cor, entre outros presentes em sua diegese⁶ - são elementos que se fazem presentes igualmente na pintura; no entanto, a relação entre cinema e pintura ainda é um campo pouco explorado pelos escritos teóricos.

Por outro lado, o estudo do pictórico no cinema de Godard tem também seus defensores, como o já citado Jacques Aumont,

Godard figura nas bordas, nas margens, às vezes apenas por intermédio de seu nome: como figurava o pintor seguro de sua arte, com a cabeça virada para o espectador, modesto e orgulhoso no canto da tela. É por toda essa atitude, possessiva e laboriosa, a um só tempo, que Godard se coloca como artista (AUMONT, 2004, p.237).

O conceito de “Godard pintor” estabelecido por Aumont (2004) leva em consideração os elementos internos encontrados no trabalho do autor (a cor, o enquadramento, a luz e os efeitos de montagem) e suas relações de proximidade com a pintura. Sendo assim, o artigo tem por finalidade refletir e analisar o universo godardiano a partir dos filmes *Uma Mulher é Uma Mulher* (1961), *Pierrot Le Fou* (1965) e *Passion* (1982), considerando as possíveis relações entre cinema e pintura postas por Jacques Aumont (AUMONT, 2004). O artigo possui caráter investigativo, buscando explorar como Jean-Luc Godard usa elementos pictóricos a partir dos recursos utilizados em relação à cor, com seus prováveis recursos de construção simbólica no contexto da *mise en scène*. Tudo que está representado na cena passa a ter destaque e maior significância pela presença dos objetos, cenário

⁶ Diegese é próprio da narrativa. É mimese próprio da cena.

e figurino em destaque pelo uso da cor.

A ideologia dominante do cinema moderno carrega a definição de uma nova linguagem cinematográfica, na década de 1960, a *Nouvelle Vague* francesa estreou uma nova concepção de cinema, com a rejeição do modelo cinema-espetáculo em favor do cinema-linguagem, a desvalorização dos enredos, a rejeição dos “signos” presentes nos repetitivos “ finais felizes” e o progresso de montagens narrativas construtivas poéticas sobre as histórias habituais, de construção clara, personagens bem definidos (“o mocinho/mocinha e o bandido”), que possuem um objetivo claro e determinado. Esse pensamento imposto pelo cinema moderno foi importante para o que viria a posteriori com o passar do tempo; a transformação da estética cinematográfica dialogada com o híbrido.

A *Nouvelle Vague* francesa não tornou presente unicamente as marcas de uma nova geração de cineastas preocupados em proporcionar autonomia ao diretor; essa autonomia propôs uma nova consciência da linguagem cinematográfica. Sobre esse apontamento, Costa (1989) afirma:

A Nouvelle Vague francesa não apresentou apenas a estréia de uma nova geração de cineastas decididos a exprimir as próprias inquietações e o próprio mal-estar. *Foi também – e talvez principalmente – a afirmação de um novo tipo de cineasta, para o qual a tomada de consciência crítica do meio expressivo usado e reflexão sobre a sua natureza são tão importantes quanto uma opção moral* (COSTA, 1989, p.120; grifo meu).

Por outro lado, na década de 1960, surgem novos protagonistas com a vigente técnica de fazer filmes. Entre os cineastas da “nova onda” encontramos François Truffaut, Claude Chabrol e Jean-Luc Godard (COSTA, 1989). Dentre os protagonistas da *Nouvelle Vague*, Jean-Luc Godard se diferencia dos demais por introduzir sistematicamente a cor em suas obras fílmicas. Por esse motivo, a análise de duas obras distintas do referido cineasta propõe verificar como ele trabalha elementos pictóricos em suas construções fílmicas narrati-

vas. Godard persegue a cor com insistência; as reafirmações aplicadas em torno dela parecem partir do factível, do emprego pictórico no plano narrativo.

Do mesmo modo, ao considerar a arte moderna originária de uma ruptura com o antigo sistema acadêmico (academicista), rompe-se com um sistema protegido, centralizado, determinado por uma ideologia de mercado, “[...] orientado segundo o julgamento suscitado pelo salão anual” (CAUQUELIN, 2005, p 52). Os cânones da pintura academicista (clássica), propunha o uso da perspectiva, de uma composição equilibrada, do uso do claro e escuro e a idealização das formas – considerando que as pinturas anteriores ao impressionismo eram todas obrigatoriamente produzidas dentro dos ateliês.

A arte moderna contudo, as particularidades concernentes à arte moderna podem apresentar similaridades com a linguagem da *Nouvelle Vague* quanto à quebra de paradigmas hollywoodianos. A quebra desses paradigmas na pintura deveu-se ao impressionismo, os artistas desse movimento se preocupavam com a captação do momento significativo, típico da ação fotográfica. No cinema a *Nouvelle Vague* trouxe a montagem “antinaturalista” e personagens com conflitos psicológicos para evidenciar a subjetividade do autor.

Muito se pode encontrar de semelhanças com Godard, do movimento impressionista com a *Nouvelle Vague*: no impressionismo, quebra-se com paradigmas acadêmicos, enquanto a nova linguagem cinematográfica da *Nouvelle Vague* rompe com o enredo hollywoodiano fabuloso e de final feliz. Considerando uma possível influência pictórica presente nas obras de Godard afirmada por Aumont (2004), identificamos os seguintes questionamentos: A cor é posta por Godard para construir significados e transmitir sensações reais como as do movimento impressionista nas pinturas? Como se constrói simbolicamente o uso da cor no cinema de Godard?

De acordo com Aumont (2004), a representação pictórica nos filmes de Jean-Luc Godard possui uma forte tendência a implicar teorias de pintor. Essa maneira pode ser observada na escolha signifi-

cativa de cada cor posta por ele em sua filmografia, como um possível estudo teórico da cor em combinações precisas. Em sua maioria, a cor e a presença representativa de possíveis telas de pintores célebres são postas na análise fílmica como elementos favoráveis às representações simbólicas explícitas, intencionais ou não.

A aplicação desse princípio poético (o uso da cor) encontra-se na análise das relações simbólicas encontradas nos filmes do cineasta Jean-Luc Godard, buscando a integração com a pintura impressionista. Pretende-se esmiuçar a forma pictórica de Godard, disseminando e ponderando o peso das representações simbólicas presentes nesse cinema para os atores sociais (indivíduos pertencentes a sociedade), que buscam reflexão crítica por intermédio da importância da construção da linguagem fílmica moderna para o contexto da ação dos sujeitos no que se refere ao caráter de produção cinematográfica. As experiências associadas à certa maneira de ver filmes, produzem saberes, identidades e visões do mundo.

Com a finalidade discutir analiticamente as relações híbridas encontradas na estética fílmica de Jean-Luc Godard, busca-se refletir sobre os processos de significação possibilitados pelo uso da cor e as possíveis relações iconográficas com a pintura. Com a problemática da pesquisa embasada na reflexão levantada por Jacques Aumont (2004), para o qual há uma conexão da pintura impressionista com o cinema de Godard, valendo-se do fato de que em ambos (o cinema godardiano e a pintura impressionista) busca representar sensações reais e que essas relações de semelhança dos trabalhos de Godard com a pintura podem ser explícitas. Aumont (2004) acrescenta:

[...] o modelo pictórico voltou, de maneira ainda mais insistente, mais sistemática e, em um sentido, mais racional, ao centro do discurso teórico e “criatorial” de Godard, acompanhando, dessa vez, uma marcação mais abertamente confessa da pictorialidade nos próprios filmes. [...] De modo mais amplo, será dizer que *Godard é, hoje, ingênua ou sabiamente, o cineasta que traduz a consciência mais profunda de sua herança – pictórica artística* (p.217; grifo meu).

Partindo da problemática da suposta existência da veracidade posta por Aumont (2004) quanto à relação de semelhança entre cinema e pintura na filmografia de Jean-Luc Godard, o universo de interesse do artigo, compreende como fenômeno observado, a saber: o cinema de Jean-Luc Godard.

O presente artigo tem por finalidade distinguir maneiras como o cinema e a pintura se relacionam nos filmes de Jean-Luc Godard. A narrativa presente nos filmes *Uma Mulher é Uma Mulher* (1961), *Pierrot Le Fou* (1965) e *Passion* (1982), definem a escolha da amostragem do objeto empírico, objetivando articular a linguagem do cinema e da pintura, apresentando suas semelhanças estéticas híbridas intencionais, analisando o conteúdo dos filmes, para identificar as relações entre a linguagem cinematográfica e a linguagem pictórica.

Referências

AUMONT, J. **O olho interminável: cinema e pintura.** Trad. Eloísa Araújo Ribeiro. São Paulo: Cosac e Naify, 2004.

_____. **A imagem.** Tradução Estela dos Santos Abreu e Cláudio Cesar Santoro. Campinas: Papyrus, 2009.

CAUQUELIN, A. **Arte contemporânea: uma introdução.** Tradução Rejane Janowitz. São Paulo: Martins Fontes, 2005.

COSTA, M. H. B. V. **Cores & filmes: um estudo da cor no cinema.** Curitiba: CRV, 2011.

COSTA, A. **Compreender o cinema.** Trad. Nilson Moulin Louzada. São Paulo: Globo, 1989.

COSTA, L. M. **A Poética de Aristóteles.** São Paulo: Ática: 2003

DONDIS, D. A. **Sintaxe da linguagem visual.** São Paulo: Martins Fontes, 2007.

GARCIA, W. **Introdução do cinema intertextual de Peter Greenaway.** São Paulo: Annablume, 2000.

GOETHE, Johann Wolfgang Von. **Doutrina das Cores**. Tradução Marco Giannotti. São Paulo: Nova Alexandria, 1993.

GOMBRICH, E. H. **A História da arte**. Trad. Álvaro Cabral. Rio de Janeiro: LTC, 1995.

_____. **Arte e Ilusão: um estudo da psicologia da representação pictórica**. Trad. Raul de Sá Barbosa. 4. ed. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2007.

JOLY, M. **Introdução à análise da imagem**. Trad. Marina Appenzeller. Campinas: Papyrus, 2004.

KOSSOY, B. **Realidades e ficções na trama fotográfica**. São Paulo: Ateliê Editorial, 2009.

LIPOVETSKY, G; SERROY, J. **A Tela Global: mídias culturais e cinema na era hipermoderna**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

PENAFRIA, Manuela. **Análise de filmes: conceitos e metodologias**. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/bocc-penafria-analise.pdf>>. Acesso em: 22 jun 2017.

PROENÇA, G. **História da Arte**. 16. ed. São Paulo: Ática, 2003.

SANTAELLA, L; NÖTH, W. **Imagem: cognição, semiótica, mídia**. São Paulo: Iluminuras, 1999.

STRICKLAND, C. **Arte comentada: da pré-história ao pós-moderno**. Tradução Angela Lobo de Andrade. Rio de Janeiro: Ediouro, 2002.

Filmografia

PASSION. Direção: Jean-Luc Godard. Produção: Jerzy Radziwilowicz. Zazes Films, 1982, 87 min.

PIERROT LE FOU. Direção: Jean-Luc Godard. Produção: Georges de Beauregard. Continental, 1965, 110 min.

UMA MULHER É UMA MULHER. Direção: Jean-Luc Godard. Produção: Carlo Ponti e Georges de Beauregard. Unidex, 1961, 85 min.

BARBARELLA (1968): UMA ANÁLISE DO ARCO NARRATIVO NA PERSPECTIVA DO PROTAGONISMO FEMININO

Carolina Aires Mayer

No final dos anos 1960 vários filmes de ficção científica foram lançados, entre eles *Barbarella* (1968), dirigido por Roger Vadim, e estrelado por Jane Fonda. Para analisar o arco narrativo do filme será utilizado o esquema adaptado por Vogler (2015) da Jornada do Herói de Joseph Campbell. Para analisar a protagonista *Barbarella*, serão utilizados critérios de Goffman (2014): Fachada, cenário e aparência. Associado aos critérios de Goffman, inclui-se mais dois itens aqui propostos: funcionalidade do figurino e interação afetiva/sexual. O artigo pretende evidenciar que *Barbarella* não exerce o protagonismo feminino, apesar de ser protagonista na trama.

Introdução

A Ficção Científica (Sci-fi) é um gênero narrativo que permeia vários formatos: livros, revistas literárias (as Pulp-Fictions) e produções audiovisuais (seriados televisivos e filmes). A produção franco-italiana *Barbarella* (1968), foi inspirada em histórias em quadrinhos homônimos de Jean-Claude Forest, que também produz o longa. A direção foi de Roger Vadim e estrelada por Jane Fonda. A história de *Barbarella* ocorre num futuro distante, no qual existe paz intergaláctica, e as armas foram abolidas. Nesse contexto *Barbarella* recebe uma missão de encontrar o cientista desaparecido Durand Durand, que está construindo uma arma que pode abalar a paz.

Para analisar o arco narrativo deste filme será utilizado o esquema de Vogler (2015) adaptado da Jornada do Herói de Joseph Campbell. Para analisar a protagonista *Barbarella*, serão utilizados critérios de Goffman (2014): Fachada, cenário e aparência. Associado aos critérios de Goffman, inclui-se mais dois itens aqui propostos: funcionalidade do figurino e interação afetiva/sexual.

Antes de discorrer sobre a Jornada do Herói, é pertinente ressaltar que, no presente estudo herói/heroína são tratados como sinônimos de protagonista. Dentro das polaridades/opostos de uma narrativa, está o herói/vilão, que aqui considera-se diferente de super-herói/vilão, visto que o termo super, ressalta o que extrapola à condição humana e/ou comum, e, portanto, não estarão inseridos neste artigo.

A jornada de *Barbarella*

Vogler (2015), propõe que o arco narrativo é na verdade um ciclo, este começa e termina no mesmo ponto. O autor divide em quatro atos, visto que considera o Ato II subdividido entre a Descida e a Iniciação, como na figura a seguir (Figura 1).



Figura 1: Modelo da Jornada do Herói, segundo Vogler (2015).

Fonte: Adaptado de Vogler (2015, p.47).

O arco narrativo possui a Separação (Ato I), a Descida e Iniciação (Ato II) e o Retorno (Ato III). Formando o ciclo da jornada estão doze momentos:

1) Mundo Comum: é a apresentação da rotina/origem do herói. A função é promover um posterior contraste com o cenário Especial/Mundo Novo a ser explorado pelo herói. Em *Barbarella*, este item é pouco explorado, visto que a narrativa já se inicia com a protagonista em sua nave, recebendo a missão do Presidente da Terra para ir a outro planeta (Tao Ceti) encontrar o cientista desaparecido Durand Durand.

2) Chamado à aventura: este elemento é o ponto central do arco narrativo. No filme, o Presidente da Terra explica a importância de

encontrar o cientista Durand Durand, e a possível construção de uma arma (raio Positrônico). As armas foram proibidas do sistema após a instauração da paz na galáxia. Outro fator está na permissão para Barbarella use armas em sua missão.

3) Recusa do chamado (a Heroína relutante): é o momento de demonstração de medo ou hesitação da heroína. Ainda nos momentos iniciais Barbarella indaga: ‘Por que eu?’: o presidente da Terra responde que devido a paz e ao desarmamento não dispõe de um exército ou de policiais, e sua agente mais condecorada é a Barbarella.

4) Mentor (velha sábia ou velho sábio): é a presença de uma personagem mais velha, que orienta e encoraja a heroína a completar sua jornada. Quem cumpre este papel em Barbarella é o Professor Ping, que promete concertar a nave de Barbarella enquanto ela vai até SoGo com o anjo cego Pygar.

5) A travessia do Primeiro Limiar: neste ponto a ação finalmente começa. Na trama do filme é o momento em que Barbarella voa com Pygar para SoGo, e são perseguidos por uma nave com soldados da Grande Tirana, mas conseguem escapar e chegar a cidade.

6) Provas, Aliados e Inimigos: nesta parte do arco narrativo a heroína precisa vencer novos desafios, e ao longo desta jornada encontra seus aliados e seus inimigos. No filme Pygar é preso e crucificado, Barbarella também é presa e jogada em uma câmara com pássaros carnívoros. Novos aliados Dildano (líder da resistência) e inimigos (Grande Tirana, suas sobrinhas Stomoxys e Glossina e Durand Durand) se apresentam.

7) Aproximação e provocação final: a aproximação trata chegada a fortaleza do vilão e a provocação final do enfrentamento do mesmo e o risco da morte da heroína. Essas duas etapas acontecem em sequência no filme. Guiada por Dildano, Barbarella é enviada a suíte onde dorme a Grande Tirana. Surpreendida por Durand, Barbarella é colocada da máquina de prazer fatal Mathmos, porém a heroína é mais forte que a máquina e a quebra. Durand ouve o plano de Bar-

barella para acabar com a Grande Tirana e libertá-lo, e em seguida revela-se o verdadeiro vilão, e usa o raio Positrônico nos aliados de Barbarella, e inicia a destruição de SoGo que em sua morte. Com a ajuda da Grande Tirana, Barbarella acha Pygar. O anjo salva as duas, que voam para fora do planeta antes de sua destruição total.

8) O arco narrativo de Barbarella não contempla a **recompensa**, o **caminho de volta**, nem a **ressurreição** e o **retorno**. Essas etapas, segundo Vogler, mostrariam como a heroína reage após vencer o desafio e retornar ao ambiente inicial ou Mundo Comum, os impactos dessa jornada em seu mundo, as lições aprendidas (o elixir).

A partir do encaixe do arco narrativo do filme no esquema de Vogler (2015), pode-se notar grandes lacunas no início e no fim de Barbarella (ver Figura 2), segundo o modelo de Vogler, metade da jornada não foi utilizada (itens com esferas em branco e termos em cinza). O autor salienta que o seu modelo da Jornada do Herói não é um circuito fechado obrigatório. Entretanto, certas questões não ficam claras: Como era a vida de Barbarella antes da missão? Ela possui família? Ela, Pygar e a Grande Tirana foram para onde? Qual o impacto da morte de Durand Durand, na política da Galáxia? Barbarella ainda trabalha para o governo da Terra? Os questionamentos acima não podem ser respondidos dentro do filme, talvez nas histórias em quadrinhos essas questões tenham sido explicadas. A seguir utilizando os conceitos de Goffman (2014), será analisada a participação de Barbarella neste arco narrativo.

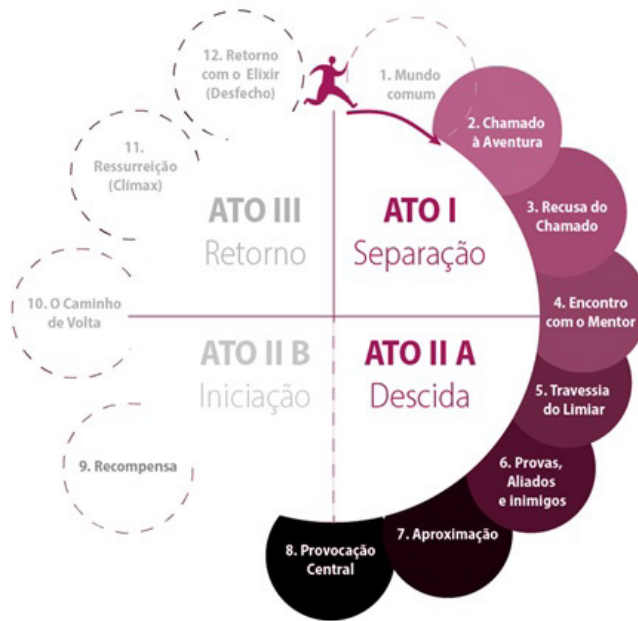


Figura 2: Modelo Expandido de Vogler (2015), aplicado ao arco narrativo de Barbarella (1968).

Fonte: Adaptado de Vogler (2015, p.47), pela autora.

Barbarella e representação do Eu

Goffman (2014) indica que há um acordo tácito entre o ator e sua audiência. Este acordo trata da necessidade de a audiência levar a sério o que é apresentado. Esta versão de realidade, o autor chama de **impressão**. Para ser convincente o ator e audiência devem acreditar, tornando a impressão realidade. Para compor esta representação, alguns elementos são utilizados: fachada, cenário, aparência e maneira. **Fachada** “é o equipamento expressivo de tipo padronizado intencionalmente ou inconscientemente” (GOFFMAN, 2014, p. 34). O **cenário** engloba todos os elementos que compõem o ambiente

onde a representação ocorre, neste estudo serão analisados somente três: a nave de Barberella, o labirinto e SoGo (Figura 3).



Figura 3: Cenários de Barbarella (1968).

Fonte: Composição elaborada pela autora. Imagens disponíveis em: (a) <<https://br.pinterest.com/pin/457326537134802736/>>; (b) <<http://filmesegames.com.br/wp-content/uploads/2014/02/barbarella-2-1.jpg>>; (c) <<http://somerandomidiotsblog.blogspot.com.br/2012/07/barbarella-1968.html>>; (d) e (e) <<https://designinnova.blogspot.com.br/2013/07/os-45-anos-do-filme-barbarella.html>>. Acesso em: 19 dez. 2016.

O Filme se inicia mostrando o interior da nave (item b) todo em carpete marrom, seu exterior é visto assim que Barbarella pousa no planeta Tao Ceti, com formas arredondadas e na cor predominante rosa. A nave possui poucos painéis em seu interior, também com bas-

tante formas arredondadas, possui poucos itens, nenhum de cunho pessoal que poderia trazer mais informações à audiência (como fotos de familiares por exemplo). O Labirinto é onde acontece o encontro com o Professor Ping e o anjo Pygar, é um ambiente árido, onde as pessoas passam privações, composto de paredes irregulares e pessoas presas a essas paredes. O labirinto representa o desafio de chegar à SoGo, como pode-se ver nos itens 'c' e 'd' da Figura 3, no ápice de uma montanha está uma estrutura que se assemelha a um inseto, devido a amplitude do labirinto, Barbarella só conseguiu seguir sua jornada com a ajuda de Pygar. O ápice da ação acontece em SoGo, todo o ambiente da cidade é bem iluminado com o teto branco e chão metálico. Este ambiente contrasta com as vestimentas coloridas com a população da cidade. Ao longo das sequencias, existem pequenas variações, como o espaço destinado ao Mathmos, e o quarto da Grande Tirana.

No contexto de Fachada Pessoal, Goffman analisa a **aparência** e a **maneira** do indivíduo. A aparência está ligada ao status social, e a maneira refere-se à entonação/expressão empregada na interação. A aparência de Barbarella foi desenvolvida por Jaques Fonteray e Pacco Rabanne, os figurinos trazem uma diversidade de materiais (pele animal, vinil, couro, metal) e cores (vermelho, preto, prata, verde, branco), com elementos que remetem a década de 1970, como cintos largos, sobreposição de texturas entre outros. Apesar da diversidade entre os figurinos, a maioria possui uso de transparências, e comprimentos mínimos expondo barriga, pernas e outras áreas, tornando Barbarella extremamente sensualizada (ver figura 4).



Figura 4: Figurinos de *Barbarella* (1968).

Fonte: Composição elaborada pela autora. Imagens disponíveis em: <<http://www.vogue.it/en/news/encyclo/textiles/1/the-golden-and-silver-lame>> e <<https://designinnova.blogspot.com.br/2013/07/os-45-anos-do-filme-barbarella.html>>. Acesso em: 19 dez. 2016.

É possível observar na Figura 4 algumas das nuances que compõem a **maneira** geral de atuação de Barbarella, a maioria das cenas de suspense ou perigo é possível notar um semblante assustado, com olhos arregalados e boca entreaberta. Sua postura é quase sempre passiva, se aproximando fisicamente dos seus aliados em momentos de conflito, e depois das inúmeras vezes em que é salva, apesar do semblante inocente, os recompensa com sexo. A composição entre ambiente, maneira e aparência devem ser coerentes, como aponta Goffman: “além da esperada compatibilidade entre aparência e maneira, esperamos naturalmente certa coerência entre ambiente, aparência e maneira.

Tal coerência nos representa um tipo ideal que nos fornece o meio de estimular a atenção e o interesse nas exceções” (2014, p. 37).

No caso de *Barbarella*, é evidente a incoerência, visto que apesar de ser a agente mais condecorada, e utilizar figurinos que denotam autoconfiança, a aparência contradiz a maneira da protagonista. Enquanto o figurino denota segurança e experiência a maneira de agir é totalmente oposta. Ao ampliar a discussão sobre os figurinos utilizados em *Barbarella*, verifica-se que a construção de seus trajes **não possui funcionalidade**. Não possui quesitos essenciais para uma agente de campo: resistência e proteção. Diante dos mais diversos desafios, seus figurinos foram facilmente perfurados; não possuem compartimentos para anexar armas/ferramentas. A seguir uma versão sugerida para melhorar o desempenho da protagonista em campo (Figura 5).



Figura 5: Figurino Adaptado de *Barbarella* (1968).

Fonte: Ilustrado por Anderson Gomes.

Na figura acima, o corpo de está protegido, a gola possui conexão para capacete, apesar de estar ajustado ao corpo, esta modelagem permite mobilidade. Foi projetado ainda um compartimento nas costas para acoplar objetos e também cumpre a função de oxigenação quando for necessário o uso do capacete. Caso este traje tivesse sido utilizado na trajetória de Barbarella em Tao Ceti, a protagonista não teria se ferido com as bonecas mecânicas ou na câmara dos pássaros, e poderia ela própria carregar as armas que recebeu para a missão, contribuindo para sua autonomia na jornada.

A interação afetiva/sexual

No universo do filme, sexo é feito com uma pílula e toque de mãos que geram orgasmos nas duas partes. No início Jane Fonda consegue nos mostrar uma Barbarella incrivelmente inocente e pura, que prega os valores de paz e amor, mas após ter relação sexual de forma tradicional, se dá conta dos prazeres do sexo e parte em busca de sua autoafirmação sexual, chegando ao decorrer do filme, inclusive, salvando sua própria vida ao ser capturada e encarcerada dentro de um órgão musical que mata suas vítimas levando-as ao orgasmo supremo (CINELOGIN, 2014).

A interação sexual permeia todo o filme, como no trecho acima, ora apontado o sexo moderno ora apontado o modo tradicional (utilizado somente pelos mais pobres). A vasta exibição sensual/sexual de Barbarella, sem exhibir de fato o ato sexual gera discussões mesmo décadas depois de seu lançamento. Apesar de saudar o Amor, o afeto é pouco discutido no filme. Já a sexualidade é inerente a evolução do arco narrativo. Algumas críticas sugerem que Barbarella, além de ser a primeira heroína representada nos cinemas, traz o tema de liberdade sexual igualitária sem distinção de gêneros. Este tema foi amplamente debatido na segunda Onda Feminista e presente nos movimentos sociais da década de 1970, um dos motivos pelo quais a personagem tornou-se símbolo desses movimentos.

É **Barbarella** (Barbarella, 1968) um filme feminista? Absolutamente, se entendermos por feminismo uma mobilização de vontade que faz da mulher directora (no sentido hollywoodesco de *director*) do seu corpo e dos seus desejos. Ela está sempre disponível para novas experiências e a ofertas de sexo pouco cavalheirescas (por exemplo, de um Ugo Tognazzi) responde com curiosidade e assertividade (MENDONÇA, 2016).

A outra corrente de críticas, observa que *Barbarella*, na verdade, é somente mais exemplo de objetificação da mulher, hiperssexualização sem maiores críticas nesse sentido.

[...] surge *Barbarella*, que viria a ser responsável pelo surgimento de muitas outras heroínas eróticas na França. Apesar da grande sexualização da personagem, ela contribuiu com grande peso para a revolução sexual e cultural na década de 60; o empoderamento e a ideia de que o corpo da mulher pertence à própria, cresceu durante a época e ganhou força na imagem de figurais sexuais e independentes, como *Vampirella* (1969), *Pravda* (1968), *Jodelle* (1966), *Valentina* (1965) e *Saga de Xam* (1967) (CARNEIRO, 2010).

Apesar da identificação com os movimentos sociais, *Barbarella*, não aborda tais temas em profundidade, a trama como já analisada anteriormente neste artigo, possui grandes lacunas, e não faz críticas sociais, visto que nem contextualiza a sociedade, nem os níveis sociais presentes neste arco narrativo, outro aspecto que dá força a essa vertente são os elogios exclusivamente aos atributos físicos de *Barbarella*. A interação sexual dá-se na maioria das vezes, como recompensa por ter sido resgatada de algum perigo. *Barbarella* só diz sim aos convites sexuais, é forçada a utilizar a máquina *Manthos*, um estimulador sexual gigante.

Considerações finais

Barbarella é a primeira protagonista do cinema, mas ela exerce o protagonismo feminino? O protagonismo feminino, com-

templa bem mais que a mulher presente no centro do arco narrativo. O **protagonismo feminino** surge como uma reivindicação sobre a mediação da mulher nas narrativas, retomando os valores feministas, empoderando à mulher, e tornando a busca por seus objetivos independentes de uma relação/imposição social. As conquistas ou fracassos devem ser resultado de suas escolhas, não de imposições. A sexualidade é uma das nuances que compõem o contexto feminino, não sua única função ou talento.

Para aferir se uma personagem exerce o protagonismo feminino traz-se algumas questões que podem auxiliar: as decisões são tomadas com a participação da protagonista? Em momentos de conflito/perigo a protagonista enfrenta ou sucumbi ao embate? A protagonista possui importância no contexto social da trama? Suas decisões exercem influência ou são desconsideradas? Além dos atributos físicos outros aspectos são percebidos/ exaltados pelos demais personagens?

Como dito anteriormente, Barbarella é constantemente elogiada por sua forma física, e nada além disso. Por não explorar os outros aspectos da mulher (sonhos, anseios, interações sociais) e concentrar-se exclusivamente na esfera sexual Barbarella não exerce o Protagonismo feminino, implicitamente o filme reforça a fragilidade feminina, associa grande beleza a ingenuidade e incapacidade de ser eficiente. Barbarella não questiona ordens, notícias, planos, motivações, por isso cai em todas as armadilhas, não possui treinamento técnico nem para reparar a própria nave. Não recebe treinamento para utilizar armas e aparatos da missão. Veste-se inapropriadamente para explorar um planeta desconhecido, e anda desarmada a maior parte de sua jornada. A fragilidade e dependência dos personagens masculinos contribui para concordância com representações já consagradas na sociedade, trazendo Barbarella para o perfil de “mocinha” e não de heroína, como comumente é definida.

Devido ao pequeno número de protagonistas, ainda mais escasso na década de 1960, Barbarella foi acolhida como símbolo do movimento feminista, mas suas contribuições são, um retrocesso e um

aporte para o fortalecimento dos preconceitos já existentes em relação à representação da mulher na sociedade.

Referências

BARBARELLA. Direção: Roger Vadim. Paramount, 1968. 1 DVD (98min).

CARNEIRO, Raul. **A Ficção Científica Feminista: e porque imaginar o futuro não é um privilégio masculino.** 2010. Disponível em: <<https://medium.com/@raulcarneiro/a-ficção-científica-feminista-d7b3c746a44e#.v1crqr26g>>. Acesso em: 19 dez. 2016.

CINELOGIN. **Jane Fonda e o feminismo: a liberdade sexual de Barbarella.** 2014. Disponível em: <<https://cinelogin.wordpress.com/2014/09/10/jane-fonda-e-o-feminismo-a-liberdade-sexual-de-barbarella/>>. Acesso em: 19 jan. 2016.

GOFFMAN, Erving. **A representação do eu na vida cotidiana.** 20. ed. Petrópolis: Vozes, 2014.

MENDONÇA, Luís. **O Feminino, masculino.** 2016. Disponível em: <<https://www.apaladewalsh.com/2016/12/36674/>>. Acesso em: 19 dez. 2016.

SILVA, Paulo Henrique. **Barbarella continua sendo referência para mulher de hoje.** 2012. Disponível em: <<http://hojeemdia.com.br/esportes/américa/barbarella-continua-sendo-referência-para-mulher-de-hoje-1.10567>>. Acesso em: 19 dez. 2016.

VOGLER, Christopher. **A jornada do escritor: estrutura mítica para escritores.** 3. ed. São Paulo: Aleph, 2015.

A RELAÇÃO ENTRE OS USUÁRIOS E CONTEÚDO E SUAS PRÁTICAS NO YOUTUBE

Rafaela Bernardazzi Torrens Leite

O presente artigo busca explorar a interação entre usuário e conteúdo audiovisual publicado no site de compartilhamento *YouTube* e como as práticas sociais estabelecidas nesse ambiente digital participam no modelo de distribuição de conteúdo audiovisual atual. A partir das teorias de cultura participativa (JENKINS, 2009) e tecnocultura (LEMOS, 2015) exploramos ferramentas de métrica e engajamento disponibilizadas pelo site e como elas participam da interação entre indivíduos e com os conteúdos que circulam na rede. Analisando como as estratégias desenvolvidas pelos produtores de conteúdo e as práticas digitais dos usuários se estabelecem no *YouTube*.

Introdução

O artigo apresentado busca expor o funcionamento do site *YouTube*, voltado para distribuição de conteúdo audiovisual na Internet e como essa distribuição e, conseqüentemente, a audiência está relacionada com as relações estabelecidas entre os usuários – produtores e consumidores dos vídeos.

Estamos inseridos, atualmente, em um momento de questionamentos sobre o limite da produção de conteúdo e do consumo da informação disponibilizada no ambiente digital. Cada vez mais nos aproximamos da ideia de que esse limite - entre produção e consumo - na verdade é uma necessidade de estabelecermos comparação com situações já existentes nos veículos de comunicação tradicionais. A relação entre usuários e suas relações com o conteúdo que circula nas redes são diferentes das que já conhecemos em meios como televisão, rádio, cinema, jornal impresso e revistas. Nem os produtores de conteúdo dos veículos tradicionais estão completamente preparados para entender e se relacionar com esse ambiente, nem os próprios usuários.

Como Lemos (2015) aponta, vivemos em uma tecnocultura, ou ainda uma vivência digital do cotidiano, reconfigurando nossa relação com a tecnologia e com o conteúdo. As práticas sociais do digital expõem como remodelamos nossas relações com os espaços, indivíduos e aparelhos tecnológicos.

Buscamos, a partir dessa pesquisa, explorar o ambiente digital do *YouTube* e observar como as práticas nas relações dos indivíduos – produtores/consumidores do conteúdo audiovisual no site – se estabelecem e se relacionam como modo de participação dos indivíduos na rede e sua relação tanto entre si quanto com o conteúdo que circula. Tem-se, com isso, como base teórica os conceitos de cultura participativa (JENKINS, 2009; JENKINS, FORD E GREEN, 2014), cibercultura (LEMOS, 2015) e a relação da sociedade com as tecnologias (KERCKHOVE, 1997; RECUERO, 2012; SIBILIA, 2016).

A pesquisa se baseia na observação do ambiente digital do *YouTube* e coleta de dados de canais de produtores de conteúdo audiovisual como modo de analisar as práticas sociais que emergem nesses espaços. Com o cruzamento entre os dados coletados desses espaços de conversação e do aporte teórico é possível ter uma percepção das práticas estabelecidas pelos usuários para formar interação e abrir um espaço de conversação.

O histórico do site *Youtube*

O site teve seu lançamento no ano de 2005, fundado por ex-funcionários da empresa *Paypal*, especializada em movimentação financeira online - Chad Hurley, Steve Chen e Jawed Karim. A popularização do *YouTube* ocorreu a partir de sua venda para a Google pelo valor de 1,65 bilhão de dólares em 2006, sendo categorizado como um dos sites mais acessados do mundo, com aproximadamente 85 milhões de vídeos publicados (BURGESS; GREEN, 2009, p. 17-18). Em 2015 o *YouTube* registrou mais de um bilhão de usuários, o que equivale a aproximadamente um terço de usuários da Internet e tem em média um crescimento de 60% do tempo de exibição dos vídeos (YOUTUBE, online) e mais de 80 milhões de curtidas na *Fanpage*¹.

Segundo a descrição da empresa no site, o “*YouTube* oferece um fórum para as pessoas se conectarem, se informarem e inspirarem umas às outras por todo o mundo, bem como atua como plataforma de distribuição para criadores de conteúdo original e anunciantes grandes e pequenos” (YOUTUBE, online).

Inicialmente, idealizado para ser um repositório de conteúdo audiovisual, o *YouTube*, passa por diversas mudanças em sua estratégia de divulgação e interação entre usuários e engajamento, tanto com os produtores de conteúdo, tanto com os usuários do site.

¹ Fonte: *Fanpage Youtube*. Disponível em: <<http://www.facebook.com/youtube>>. Acessado em 09 dez. 2016.

Nesses primeiros momentos o site trazia o slogan *Your Digital Repository* (“Seu Repositório de Vídeos Digitais”), uma declaração que, de alguma maneira, vai de encontro à exortação atual, e já consagrada, *Broadcast Yourself* (algo como “Transmitir-se”). Essa mudança de conceito do site – de um recurso de armazenagem pessoal de conteúdos em vídeo para uma plataforma destinada à expressão pessoal (BURGESS; GREEN, 2005, p. 20-21).

O site tem hoje uma estrutura mais receptiva para interação entre usuários e maneiras de estabelecer engajamento com o conteúdo. Seu início está ligado com a questão de acervo, memória e depósito de conteúdo, ao longo do tempo passa a ser um espaço de criação e recriação, ou remixagem, de conteúdo audiovisual. Essa relação entre indivíduo e conteúdo é uma questão apontada nas novas tecnologias e a comunicação é a maneira como indivíduo, conteúdo, plataforma e aparatos tecnológicos se relacionam entre si. Lemos (2015, p. 80) aponta que os:

novos *media* permitem a comunicação individualizada, personalizada e bidirecional, em tempo real. Isso vem causando mudanças estruturais na produção e distribuição da informação, tanto em jornais, televisões, rádios e revistas quanto no setor de entretenimento como o cinema e a música. A tecnologia digital proporciona, assim, uma dupla ruptura: no modo de conceber a informação (produção por processos microeletrônicos) e no modo de difundir as informações (modelo Todos-Todos).

A plataforma possibilita explorar diversas temáticas, gêneros e formatos, nos quais o produtor de conteúdo é o responsável pelas decisões de qual conteúdo publicar, tempo de duração, formas de divulgação nas mídias sociais, colaboradores do canal, maneira de interagir com outros usuários, etc. “Como empresa de mídia, o *YouTube* é uma plataforma e um agregador de conteúdo, embora não seja uma produtora do conteúdo em si” (BURGESS; GREEN, 2009, p. 21). O site acaba realizando um trabalho de plataforma de distribuição de conteúdo que dá suporte aos produtores e usuários, tanto nas adaptações de ferramentas para conversação, quanto para ferramentas de

monitoramento e produção de conteúdo. Encontrando nessas interações maneiras de quantificar e consequentemente monetizar esses resultados em forma de estatísticas que atraem marcas para publicação de conteúdo pago nos espaços de publicidade e propaganda disponibilizados pelo site. Atraindo assim mais produtores de conteúdo e, por conseguinte, mais espectadores para os vídeos publicados por eles.

Como citado por Jenkins, Ford e Green (2014) esse engajamento da audiência é responsável pela reconfiguração da posição de poder na qual a audiência está inserida. O engajamento não é, portanto, apenas o compartilhamento e conversação entre usuários, mas sim algo mais amplo, envolvendo a manutenção das convenções sociais existentes para proteção do sistema comunicacional presente nas mídias sociais. “Trata-se de um ambiente mediado, que, portanto, possui características e limitações específicas, que serão apropriadas, subvertidas e amplificadas pela conversação” (RECUERO, 2012, p. 40).

Dessa maneira, as estratégias utilizadas tanto pelo site, quanto pelos produtores de conteúdo tem interesse pela monetização desse material publicado, uma vez que quanto mais engajamento do público com o conteúdo mais confiança das marcas externas em anunciar nesse espaço de consumo audiovisual.

Participação do usuário e sua relação com o conteúdo

O termo cultura participativa, cunhado por Jenkins (2009), explora o universo da produção de conteúdo realizada pelos fãs, em contraponto com o espectador usual das mídias tradicionais. Segundo Jenkins, Ford e Green (2014, p. 24) “conforme o conceito foi evoluindo, acabou se referindo, atualmente, a uma variedade de grupos que funcionam na produção e na distribuição de mídia para atender a seus interesses coletivos”.

Essa relação de participação é uma das características nas práticas sociais que ocorrem dentro desse ambiente digital. Os fãs, audiência,

consumidores, usuários, interagem com o conteúdo e se relacionam, não somente entre si, mas com os vídeos publicados no site. A apropriação, remixagem e republicação desses vídeos fazem parte dessa relação que se estabelece, entre conteúdo e usuários. Relação essa que não ocorria no mesmo nível em veículos anteriores. O fã, da televisão ou do rádio, por exemplo, tem voz, ou possibilidade de se relacionar com o conteúdo apenas em espaços destinados para essas situações, determinados pelos próprios veículos (carta do leitor, comentários do leitor). Até mesmo nos espaços desses veículos na Internet essa relação só é possível pelos comentários ou botões de compartilhamento.

No *YouTube*, a liberdade para se apropriar do conteúdo e gerar um terceiro a partir desse é maior e mais utilizada pelos usuários, também criadores. Lemos cita que essas ferramentas “ao invés de inibir as situações lúdicas, comunitárias e imaginárias da vida social, elas vão agir como vetores potencializadores dessas situações, da socialidade” (LEMOS, 2015, p. 85). Atuando, dessa maneira, como um incentivador tanto da produção de conteúdo quanto de uma interação com o mesmo e entre os indivíduos, gerando uma ciber-socialidade, “a sinergia entre a sociabilidade contemporânea e as novas tecnologias do ciberespaço” (LEMOS, 2015, p. 82).

A sociedade atual se mostra cada vez mais imersa no ambiente conhecido como ciberespaço, onde há troca de informação e interação interpessoal por meio de tecnologias, principalmente aparelhos portáteis como *smartphones*, *netbooks*, *tablets*, que se tornam itens essenciais para o uso das plataformas online. Com isso, o modo de comunicação e interação merece ser observado e estudado para que tal evolução seja registrada e analisada. Segundo Lemos (2009):

A cibercultura instaura uma estrutura midiática ímpar [...] na história da humanidade, na qual, pela primeira vez, qualquer indivíduo pode produzir e publicar informação em tempo real, sob diversos formatos e modulações, adicionar e colaborar em rede com outros, reconfigurando a indústria cultural. Trata-se de crescente troca e processos de compartilhamento de diversos elemen-

tos da cultura a partir das possibilidades abertas pelas tecnologias eletrônico-digitais e pelas redes telemáticas contemporâneas (LEMOS, 2009, p.38).

E, em meio a esses processos de reconfiguração da usabilidade da informação, vemos os laços sociais criados entre o produtor e o consumidor que movem a máquina da produção e distribuição do conteúdo. Esses laços impulsionam o público a compartilhar as publicações e espalhar a imagem do produtor pela rede.

O que vemos hoje são inúmeros fenômenos sociais em que o antigo “receptor” passa a produzir e emitir sua própria informação, de forma livre, multimodal (vários formatos midiáticos) e planetária, cujo sintoma é às vezes confundido com “excesso” de informação. As práticas sociocomunicacionais da internet estão aí para mostrar que as pessoas estão produzindo vídeos, fotos, música, escrevendo em blogs, criando fóruns e comunidades, desenvolvendo softwares e ferramentas da Web 2.0, trocando música etc. (LEMOS, 2009, p. 39).

O usuário, antes apenas consumidor, pode agora, como dito anteriormente, revezar sua função com o produtor. E com isso, esse usuário passa a ser responsável pela produção de sentido nos vídeos produzidos e divulgados em seu canal no *YouTube*. Além de gerar conteúdo para conversação entre usuários, o *produtor* de conteúdo ainda constrói a linguagem audiovisual nos vídeos produzidos.

Dessa maneira, o conteúdo, anteriormente distribuído de cima para baixo (produzido pelas empresas de comunicação e marcas e distribuído para a população) agora já tem a possibilidade de acontecer de baixo para cima (produzido pela audiência e alcança o interesse das empresas de comunicação e marcas). Há a motivação dos indivíduos em compartilhar conteúdo por meio dos ambientes virtuais e a relação com esse conteúdo tem a característica de “aderência”. O conteúdo não apenas circula pela Internet, não se espalhando sem motivo, ele “gruda” em determinados usuários que se interessam por compartilhá-lo, essa aderência é o que fomenta a circulação do

conteúdo pelas redes. Conteúdos esses, muitas vezes, que circulam sem a consciência do produtor/autor, sendo seu alcance imensurável e incontrolável uma vez que chega nos sites de redes sociais.

A relação que os indivíduos têm com esse conteúdo é chave para que a propagação ocorra, para que os usuários se sintam motivados a passa-lo adiante. No momento em que ocorre o compartilhamento pelo indivíduo há, nessa ação, a escolha de remixar o conteúdo, ou seja, alterá-lo para que tenha o significado reconhecido na mídia na qual está sendo compartilhado ou de mantê-lo no mesmo formato originalmente criado. Uma vez que o indivíduo deve adequar aquele conteúdo que está propagando dentro de um fluxo de comunicação, é aí que ocorre a apropriação do conteúdo. Nessa apropriação começamos a observar o limite entre usuário e produtor, uma vez que o usuário faz uso de um material criado por outro produtor e o transforma para atender as suas necessidades comunicativas.

Não cabe, nessa pesquisa, determinar que são as tecnologias e suas constantes atualizações que determinam as relações estabelecidas entre os indivíduos. Como coloca a autora Sibília (2016, p. 25)

não são os aparelhos que causam mudanças no modo de ser, como costuma se afirmar com excessiva irreflexão; mas, ao contrário, parece evidente que os artefatos técnicos são resultado de processos históricos bem complexos, que envolvem uma infinidade de fatores socioculturais, políticos e econômicos.

A própria relação estabelecida entre indivíduo e aparato tecnológico é, muitas vezes, de intimidade. Nos relacionamos não somente entre indivíduos, mas com nossos aparelhos eletrônicos, e estabelecemos com eles também uma relação de afeto. Essa proximidade, pode favorecer essa apropriação do conteúdo, tanto pela capacidade técnica que os usuários apresentam para remixar as publicações, como a relação que temos com elas para que a apropriação ocorra.

Lemos ainda comenta que desde:

o surgimento das primeiras sociedades até as complexas cidades pós-industriais, o homem inventou o fogo, cultivou a terra,

domesticou animais, construiu cidades, dominou a energia, implementou indústrias, conquistou o espaço cósmico, viajou aos confins da matéria e do espaço-tempo. Durante esse trajeto, a tecnologia ganhou significações e representações diversas, em um movimento de vaivém com a vida social. Em alguns momentos, esta é dominada, controlada, racionalizada pelas atividades científico-tecnológicas; em outras, é a tecnociência que deve negociar e aceitar os ditames da sociedade (LEMOS, 2015, p. 25).

Nossas práticas do cotidiano acabam se adaptando e surgem novas vivências com o ambiente ao nosso redor. As tecnologias aparecem como elementos que participam das nossas relações. Segundo Lemos (2015), é a partir dessa relação entre técnica e vida social que surge a cibercultura.

Outro ponto de debate é o comportamento da audiência com o consumo de conteúdo originado pelos próprios usuários. Jenkins, Ford e Green (2014) relacionam que o conceito de cultura participativa incitado pelas mídias sociais auxilia na construção de conceitos da participação do produtor/consumidor de conteúdo.

Ao mesmo tempo em que temos produtores de conteúdo, temos também os usuários, que interagem e compartilham conteúdo gerado por outros produtores e que podem também interagir e compartilhar conteúdos gerados por consumidores. O limite entre a produção e o consumo passa a ser questionado, como apontamos anteriormente.

Dessa maneira, os instrumentos da cultura participativa emergem para demonstrar a constante atualização que ocorre na própria comunidade virtual motivada, muitas vezes, por ela mesma. “A instantaneidade, função da globalização, impõe uma aceleração em todas as sociedades humanas” (KERCKHOVE, 1997, p. 202). Aceleração essa que é observada também nas interações entre indivíduos, favorecidas pelo tempo de resposta que as mídias sociais disponibilizam atualmente. Como coloca Kerckhove (1997) um dos principais efeitos dessa instantaneidade são “o alcance e o feedback instantâneos” (KERCKHOVE, 1997, p. 202). O alcance está ligado a quebra de

barreiras que os limites geográficos impunham, assim como o tempo de resposta. Agora a geografia é aproximada por equipamentos tecnológicos de comunicação que conectam os indivíduos em uma rede de circulação de informação.

Como antecipou Kerckhove (1997) a relação da televisão com o indivíduo está em readequação, tanto no âmbito de relação individual quanto social. A conexão com a Internet e as possibilidades de consumo de audiovisual distribuídos por diversos sites altera a maneira do espectador consumir o conteúdo, colocando-o no momento em que a produção, a distribuição e o consumo apresentam novos modos de se relacionar. Partimos de uma realidade em que “velocidade de interação atingiu a imediaticidade” (KERCKHOVE, 1997, p. 64) e com isso precisamos repensar a relação da sociedade com a informação e com as mídias.

A distribuição do conteúdo gerado na Internet não segue características de distribuidores de conteúdo das mídias tradicionais como televisão ou cinema. Na Internet o conteúdo circula entre os nichos de consumo e alcança a audiência por meio de interação e compartilhamento deliberado da própria audiência.

Essa mudança – de distribuição para circulação – sinaliza um movimento na direção de um modelo mais participativo de cultura, em que o público não é mais visto como simplesmente um grupo e consumidores de mensagens pré-construídas, mas como pessoas que estão moldando, compartilhando, reconfigurando e remixando conteúdos de mídia de maneira que não poderiam ter sido imaginadas antes. E estão fazendo isso não como indivíduos isolados, mas como integrantes de comunidades mais amplas e de redes que permitem propagar conteúdos muito além de sua vizinhança geográfica (JENKINS; FORD; GREEN, 2014, p. 24).

O próprio termo em comum, “usuário”, refere-se a posição que essas duas categorias se encontram. Os consumidores não deixam de se relacionar e produzir conteúdo e essa resposta dada por eles interfere diretamente na produção do conteúdo. Sendo simultaneamente

usuários, a produção de sentido pode ocorrer tanto na perspectiva do consumidor quanto na do produtor, já que ora o usuário se encontra na posição de produtor, ora o mesmo usuário se encontra na posição de consumidor. Ambos coexistem e podem trocar de posição, dependendo da situação na qual estão inseridos. E, ao mesmo tempo, participam comumente das práticas sociais no ciberespaço.

Outro ponto essencial é a questão do engajamento da audiência na construção e afirmação dos produtores de conteúdo audiovisual dentro da comunidade. Como citado por Jenkins, Ford e Green (2014) essas práticas de engajamento da audiência são responsáveis pela reconfiguração da posição de poder na qual a audiência está inserida.

O engajamento não é, portanto, apenas o compartilhamento e conversação entre usuários, mas sim algo mais amplo, envolvendo a manutenção das convenções sociais existentes para proteção do sistema comunicacional presente nas mídias sociais. “Trata-se de um ambiente mediado, que, portanto, possui características e limitações específicas, que serão apropriadas, subvertidas e amplificadas pela conversação” (RECUERO, 2012, p. 40).

O engajamento da audiência dado pelo espalhamento do conteúdo produzido, como citam Jenkins, Ford e Green (2014) “é o resultado das mudanças na natureza das tecnologias que facilitam a produção, o upload, o download, a apropriação, o remix, a recirculação e a incorporação de conteúdo” (JENKINS; FORD; GREEN, 2014, p. 359).

Podemos realizar um cruzamento entre esse pensamento e a colocação de Anderson (2006, p. 40) sobre o fato da democratização das ferramentas de comunicação, como celulares, *smartphones*, *softwares* de edição de imagem e vídeo, acesso à Internet. Os usuários, sejam produtores ou consumidores, tem uma facilitação no acesso às tais tecnologias favorecendo uma cultura participativa onde temos tanto a produção quanto a circulação de conteúdo por novos agentes.

E, em meio a esses processos de reconfiguração da usabilidade da informação vemos os laços sociais criados entre o produtor e o consumidor que movem a máquina da produção e distribuição do conteúdo. Esses laços impulsionam o público a compartilhar o conteúdo e espalhar a imagem do produtor de conteúdo audiovisual pela rede.

O que vemos hoje são inúmeros fenômenos sociais em que o antigo “receptor” passa a produzir e emitir sua própria informação, de forma livre, multimodal (vários formatos midiáticos) e planetária, cujo sintoma é às vezes confundido com “excesso” de informação. As práticas sociocomunicacionais da internet estão aí para mostrar que as pessoas estão produzindo vídeos, fotos, música, escrevendo em blogs, criando fóruns e comunidades, desenvolvendo softwares e ferramentas da Web 2.0, trocando música etc. (LEMOS, 2009, p. 39).

O usuário, antes apenas consumidor, pode agora, como dito anteriormente, revezar sua função com o produtor. E com isso, esse usuário passa a ser responsável pela produção de sentido nos vídeos produzidos e divulgados em seu canal no *YouTube*. Além de gerar conteúdo para conversação entre usuários, o produtor de conteúdo no *YouTube* ainda constrói a linguagem audiovisual nos vídeos produzidos. Linguagem essa que sofre influência direta do repertório desse produtor e que é regida por teorias da imagem ligadas ao cinema, televisão e vídeos online.

Essa mesma linguagem audiovisual passa também pelas experiências dos usuários com o conteúdo. Com as métricas é possível observar estratégias que estão funcionando ou não no conteúdo publicado e realizar alterações para manter o engajamento do público no canal. Com isso, a própria linguagem passa a se tornar padronizada com o intuito de o produtor não perder audiência e é motivada pela empresa para não perder circulação de usuários na rede, e conseqüentemente acabar perdendo relevância de exposição para as marcas que anunciam nos espaços voltados para publicidade e propaganda de conteúdo externo.

Ferramentas do *YouTube* para fomentar a interação entre usuário e conteúdo

Com esse levantamento sobre a relação do indivíduo entre si com o conteúdo nas redes iniciamos uma exposição das ferramentas disponibilizadas pelo site *YouTube* que acabam se relacionando com as práticas dos usuários na rede.

Dividimos essas ferramentas em dois escopos, o primeiro é voltado para a quantificação dos dados, as métricas, levantamento realizado pelo site que tem como principal interesse obter informações sobre a audiência e sua relação com o conteúdo. A segunda é voltada para uma análise qualitativa da relação desses usuários entre si, com o produtor e com o conteúdo em vídeo produzido por este.

As principais ferramentas quantitativas utilizadas para o produtor de conteúdo obter informação sobre a recepção do seu conteúdo são: 1) as métricas disponibilizadas pelo site; 2) o número de inscritos e 3) o número de visualizações dos vídeos publicados. A partir das métricas disponíveis no site – *Analytics* (figura 1) - o produtor de conteúdo consegue perceber como seu vídeo está sendo recebido pela audiência.

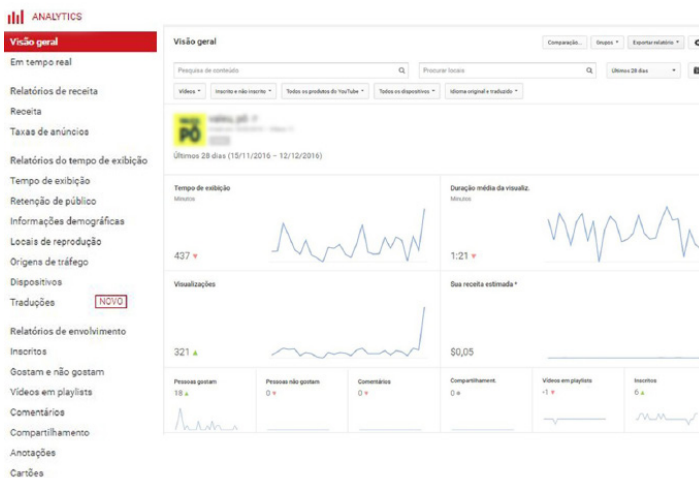


Figura 1: Espaço *Analytics* do *YouTube*. Fonte: *YouTube*.

Entre essas informações estão o tempo de visualização das publicações, para compreender se os usuários estão vendo os vídeos até o final do conteúdo e identificar motivos pelos quais os usuários podem não estar vendo o vídeo em sua totalidade. O número de visualizações dos vídeos é um motivador, também, para que outros usuários entrem em contato com esse conteúdo. O número de visualizações além de impulsionar o conteúdo no site, atua como elemento de interesse entre os indivíduos.

Outro ponto são as informações demográficas sobre a audiência, entre elas, faixa etária, local de origem, de onde está vindo essa audiência, origem do tráfego (outros sites, outros canais do *YouTube*, mídias sociais), qual dispositivo está sendo usado para assistir ao conteúdo (*smartphone*, computador, tablet, console de videogame). Para o usuário produtor de conteúdo essas informações funcionam para direcionar o conteúdo produzindo, como forma de atingir o público-alvo que se almeja, ao mesmo tempo que serve para adequar o con-

teúdo, caso o público que está sendo atingido não seja do interesse do produtor.

Outras métricas são o número de inscritos totais e o ganho de inscritos por vídeo, assim como a manifestação de gostar ou não gostar dos vídeos, ação que os usuários podem realizar, e também os comentários, compartilhamento, anotações e cartões. Os números disponibilizados nos comentários e compartilhamentos oferecem apenas uma noção quantitativa sobre o envolvimento dos usuários, sendo que os números dos compartilhamentos também informam em quais locais esse conteúdo foi compartilhado. Quanto as anotações – ferramentas disponibilizadas pelo site para adicionar botões com informações ao longo do vídeo e os cartões – exibidos no canto superior do vídeo que se estendem e dão a possibilidade do usuário acessar outros conteúdos, seja para dentro do mesmo canal, para outros canais, ou mesmo para outros sites.

Essa primeira explanação sobre as ferramentas disponibilizadas pelo site é necessária para que seja possível compreender a relação entre o produtor de conteúdo e o usuário. A segunda parte, mais voltada para uma exposição dos dados qualitativos que podem ser obtidos através dos conteúdos que o próprio usuário deposita nos vídeos, são os comentários. Esses comentários são espaços de conversação disponibilizados na parte inferior de cada vídeo postado no site. Sendo aberto para participação para usuários que tenham uma conta no *Google* e que estejam logados no site, para realizar o comentário.

A relação entre produtor e audiência não está apenas dentro das ferramentas disponibilizadas pelo site, como os comentários. É uma relação que acontece nos vídeos, quando os produtores expõem partes de encontro com o público, em eventos ou espontaneamente, ou através de outros espaços de relacionamento na Internet, exemplo das mídias sociais (*Facebook*, *Instagram*, *Snapchat*, entre outras). Essa relação é construída, em uma troca de experiências.

Uma estratégia estimulada pelo próprio site *YouTube*, é que os produtores de conteúdo incentivem a audiência a participar com in-

teração. Expandindo, assim, o conhecimento sobre o público para além de números disponibilizados pelas métricas do site. Fazendo parte de um levantamento de dados qualitativo. Ao observar os comentários (figura 2), por exemplo, é possível não somente perceber se o público está interessado no conteúdo, mas entender os motivos pelos quais esse usuário está tendo interesse ou desinteresse no vídeo.



Figura 2: Comentários no vídeo Vin Diesel tá tranquilo, Azaghal tá favorável | NerdOffice S07E48. Fonte: Canal Jovem Nerd².

² Fonte: Canal Jovem Nerd. Disponível em: <<https://www.youtube.com/>

Além de perceber se o conteúdo gera interação entre os usuários, não somente uma resposta da audiência para o produtor do conteúdo, esse espaço de conversação pode tanto ser utilizado pelo usuário que assiste aos vídeos quanto pelo produtor de conteúdo, se mostrando uma estratégia de relação com a audiência, um espaço de aproximação.

É através dos comentários que os usuários podem interagir entre si e construir uma rede social ou realizar conversações sobre o tema de interesse. O exemplo da figura 2 apresenta como os comentários são espaços para gerar debate entre os usuários, podendo ou não ter a participação do produtor do conteúdo nas conversações.

A interação pode acontecer não apenas pela participação dos usuários gerando novos comentários, mas também a partir de botões de reação de gostar ou não gostar do conteúdo dos comentários, que impulsionam eles para receber destaque na página.

A contabilização dos números de comentários acontece não somente sobre o total de comentários publicados por usuários, mas também o número de comentários gerados em conversações. Os usuários podem, assim, ter a opção de interagir com um conteúdo que está “em alta”, com um alto engajamento de outros usuários, fazendo parte de uma conversação que está em andamento (figura 3).

COMENTÁRIOS • 4.783



Figura 3: Conversa retirada do vídeo EU TENHO UMA CORUJA! - Pokémon Sun and Moon. Fonte: Canal Coisa de Nerd³.

O que podemos perceber é que mesmo tendo uma produção mais distribuída entre os usuários, ainda temos um modelo muito semelhante ao da mídia tradicional em que um conjunto de usuários produzem conteúdo para muitos, em não um modelo apontado pela cibercultura como todos para todos. Segundo Burgess e Green (2005, p. 113), embora:

as possibilidades das tecnologias e formatos de mídia associados ao viés participativo tenham aumentado a variedade de produtores e, sem dúvida, levado um número significativo de pessoas na direção da produção cultural, a valorização contínua apenas daqueles que produzem acaba por repetir a política do sistema anterior (BURGESS; GREEN, 2005, p. 113).

³ Fonte: Canal Coisa de Nerd, Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=APz6X7ceOfk>>. Acessado em 07 dez. 2016.

Mesmo tendo ferramentas disponíveis para uma produção todos para todos, a produção de conteúdo se concentra em um grupo de usuários que atraem mais audiência que outros. O potencial de produção está nas mãos de qualquer usuário que tenha uma conta *Google*, mas efetivamente a produção está restrita a poucos.

O antagonismo ocasional entre a “nata” dos *Youtubers* e o resto do grupo de usuários “centrais” é em parte resultado da capitalização sobre a popularidade; o sucesso de “astros” do *YouTube* é um dos elementos da percepção de que o *YouTube* está evoluindo de uma plataforma dirigida à comunidade para um espaço mais comercial e massificado (BURGESS; GREEN, 2005, p. 131).

Essa massificação acaba fazendo com que o ambiente virtual se assemelhe em alguns pontos com as mídias tradicionais e se afastem de conceitos da cibercultura como a aproximação entre produção e audiência e liberdade de produção de conteúdo, uma vez que a própria empresa, *YouTube*, passa a estimular os produtores de conteúdo a seguirem padrões de linguagem que acabam padronizando o conteúdo.

O que observamos é que a interação, diferente dos modelos tradicionais está mais dissipada pela rede. Os usuários podem estabelecer conversações ou interações com o conteúdo de maneira mais ativa.

Com esses apontamentos, temos uma visão da participação do usuário, seja a partir dos números deixados em seu rastro pelas redes, seja pela interação ativa desse usuário nas redes. Suas práticas acabam afetando diretamente na relação entre a produção do conteúdo e a maneira como o ambiente digital se comporta para estimular o uso contínuo desse usuário no ambiente do site.

As relações estabelecidas entre os usuários acabam sendo focadas em conteúdos específicos e de seu interesse. Os comentários, por serem fechados para cada vídeo específico acaba direcionando o tipo de conversação que irá ocorrer naquele espaço. E, a partir desse conteúdo, o produtor de conteúdo pode também ser um indivíduo na conversação ou um observador para coletar informação que irá ser

revertida em estratégia de produção.

Considerações finais

O que podemos observar, a partir dos resultados dessa pesquisa, é que a relação entre os usuários, entre si e com o conteúdo acaba sendo motivada pelo uso da plataforma e pelos envolvidos no processo de interação.

Por meio, principalmente, dos comentários, os usuários podem estabelecer conversações sobre conteúdos de interesse mútuo, sendo o ambiente utilizado para formação de laços sociais, mesmo que temporários e restritos aquele ambiente, ou vídeo. Essa interação pode ou não ter como participação o produtor de conteúdo, mas se mostra como uma ferramenta para observar a audiência e estabelecer estratégias para a produção de vídeos. A maneira como o conteúdo das conversações e desenvolvem são instrumentos de análise do produtor para perceber a aderência dos vídeos e como eles motivam o engajamento do público.

O que se ressalta é que mesmo com uma cultura mais voltada para a participação de todos os usuários, acabamos por adotar características de produção muito semelhantes a anteriores no processo de produção e de consumo do conteúdo. Mesmo sendo uma plataforma que facilita a distribuição e disponibiliza ferramentas que facilitam a produção, os usuários acabam replicando modelos dos veículos tradicionais como televisão, rádio, cinema, em que são poucos produtores centrais de conteúdo para muitos usuários. Assim, temos uma produção concentrada em poucos produtores de conteúdo e uma grande audiência, com a perpetuação de celebridades, agora em outro ambiente.

Outra questão que faz com que as práticas se aproximem de meios tradicionais de produção e distribuição de conteúdo é a padronização visual dos vídeos publicados. Características ligadas a linguagem audiovisual acabam sofrendo intervenção para que atraiam a atenção

de um determinado público-alvo, obedecendo um pensamento mercadológico de alcance de conteúdo de massa.

Esse comportamento acaba sendo estimulado pelo uso das métricas na observação dos momentos do vídeo em que o usuário se apresenta mais engajado com o conteúdo. Assim, as práticas do usuário no momento em que está consumindo o conteúdo audiovisual acaba interferindo nas práticas da produção do conteúdo para os próximos vídeos.

Dessa maneira, as práticas que ocorrem no ambiente digital podem gerar a construção de laços sociais, geralmente fracos, entre os usuários, mas também geram dados para que os produtores de conteúdo e a empresa tenham conhecimento sobre a audiência que circula pelos espaços e assim desenvolvam estratégias que ampliem as maneiras de interação desses usuários nas redes e seu engajamento com o conteúdo distribuído.

Referências

ANDERSON, Chris. **A cauda longa**: do mercado de massa para o mercado de nicho. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

BURGESS, Jean; GREEN, Joshua. **You Tube e a revolução digital**: como o maior fenômeno da cultura participativa transformou a mídia e a sociedade. São Paulo: Aleph, 2009.

Canal Jovem Nerd. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=ZCvmqphB3D8>>. Acessado em 09 dez. 2016.

Fanpage YouTube. Disponível em: <<http://www.facebook.com/youtube>>. Acessado em 09 dez. 2016.

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

JENKINS, Henry; GREEN, Joshua; FORD, Sam. **Cultura da conexão**: criando valor e significado por meio da mídia propagável. São Paulo: Aleph, 2014.

KERCKHOVE, Derrick de. **A pele da cultura**. Lisboa: Relógio D'Água

Editores, 1997.

LEMOS, André. **Cibercultura**: tecnologia e vida social na cultura contemporânea. Porto Alegre: Sulina, 2015.

LEMOS, André. **Nova esfera comunicacional**. In: DIMAS A.; KÜNSCH, D.A, da; SILVEIRA, S.A., et al. Esfera pública, redes e jornalismo. Rio de Janeiro: Ed. E-Papers, 2009.

RECUERO, Raquel. **A conversação em rede**: comunicação mediada pelo computador e redes sociais na Internet. Porto Alegre: Sulina, 2012

SIBILIA, Paula. **O show do eu**: a intimidade como espetáculo. Rio de Janeiro: Contraponto, 2016.

YouTube. Disponível em: <<http://www.youtube.com>>. Acessado em: 07 dez. 2016.

MEMÓRIAS DO INFINITO: NOSTALGIA DE LA LUZ E EL BOTÓN DE NÁCAR

Sebastião Guilherme Albano da Costa

I

Nos últimos anos Patricio Guzmán (Chile, 1941) tem glosado a memória histórica mediante figuras que podemos denominar de elementares e cujas consequências vão além dos códigos nacionais, em que pese seguir concitado pela grande efeméride chilena do século XX. Oceanos, lagos, galáxias, geocamadas do deserto do Atacama ou da Patagônia são anexados em um mesmo composto cuja finalidade talvez seja a renomeação, em processo, dos eventos caseiros mais traumáticos dos últimos cinquenta anos, em concomitância às mudanças na forma das obras do autor. Seus filmes mais recentes, *Nostalgia de la luz* (2010, duração 1h47) e *El botón de nácar* (2015, duração 1h22)¹, bagunçam os sentidos erigidos pela dramaticidade urbana e castrense de suas primeiras imagens acerca da revolução ultraburguesa levada adiante por Augusto Pinochet a partir de 11 setembro de 1973 com apoio do estado norte-americano. Suas películas entre 2010 e 2015, considerando as anteriores que tratavam de algum aspecto da repressão, remetem àquela modalidade de compensação estética que de hábito se tem quando deparamos a recorrente imagem de o mundo numa casca de noz, cuja genealogia moderna parece iniciar no Hamlet. Isso porque, passadas algumas décadas, o

1 A duração dos filmes foi tomada do Google em 27 de março de 2017. Mas as obras com as quais trabalhamos são cópias em dvd. *Nostalgia de la luz*, por exemplo, no nosso dispositivo, tem 1h29m36s, e *El botón de nácar* orça 1h21m53s. A disparidade entre a informação do Google acerca dos 1h47m de *Nostalgia...* e com a qual trabalhamos, 1h29m, não foi problematizada, muito embora coubesse ao menos este comentário. Todos os sinais temporais que identificamos com alguma sequência obedecem à duração dos discos digitais que adquirimos.

autor desenvolve uma espécie de evolução semiótica muito condensada, mais que apenas semântica, que o golpe fatalmente promoveu em seus 45 anos de vida e ainda continuará promovendo.

Nos termos de Beatriz Sarlo (2007) Guzmán passou da ereção de uma memória pública para outra tipologia que pontua mais as subjetividades privadas. Se há nesse procedimento uma privatização à qual poderíamos associar ao sentido econômico, esse não parece ser o fito, uma vez que sua intenção é nitidamente realizar aquele giro subjetivo muito frequente nas narrativas que envolvem alguma imagem de evento público de parte de um artista, quem anos mais tarde a reproduz sob novos registros. Guzmán não é o único, esse é ainda um debate corrente no segundo país mais austral do planeta e cuja ditadura de quase 17 anos, afora os vários milhares de desaparecidos, torturou oficialmente 30 mil pessoas e extraoficialmente outro tanto semelhante. Tratando-se de *Nostalgia de la luz*, a metáfora da obra de Shakespeare sai à baila por conta de um digno caráter de síntese dialética, algo ao mesmo tempo material e etéreo que coagula quase ao final da película, quando surge o personagem de Valentina (1h17). Em se tratando de *El botón...* as correlações entre distâncias e temporalidades, entre o cosmo e a Patagônia, entre a idade de pedra e a revolução industrial (48m34), como inventa o narrador.

Em diversas ocasiões Nelly Richard (2008a; 2008b) advertiu que a construção de museus ou a fabricação de quaisquer obras homenagear aquele violento fim de inverno no Cone Sul tem causado um efeito de domesticação da memória social mediante a visibilidade e a cronometria ostensiva do tempo cívico, o que suscita um efeito de cristalização das sensações cidadãs e afiança o futuro da memória coletiva, talvez da nação, mediante essas narrativas escultóricas. Imbuído de uma imaginação cinematográfica, o gosto de Guzmán necessariamente investe em algo mais complexo, conquanto assume posições sociais mediante formulações poéticas, mas nem por isso é mais hermético que os enunciados dos sociólogos ou filósofos que interpretam a realidade local. Tampouco é mais pueril que as ações de

espetacularização do período por parte das políticas públicas.

Algo semelhante ocorreu com as empresas de rememoração das vítimas do Holocausto, citadas por Beatriz Sarlo (2005). Nessa toada, e ela mesma elabora esse argumento, um monumento aos desaparecidos das ditaduras da América Latina não pode causar o efeito profilático de memória, mas de uma homenagem referencial ou algo que suscite alguma sensação próxima a de uma narrativa, pois os desaparecidos como as vítimas do Holocausto *sumiram* e em muitos casos ninguém viu ou relatou como eles *desapareceram*, o eufemismo de como eles *morreram*, ou o momento da experiência da morte. E mesmo se o relatassem, como ocorreu em alguns casos, a enunciação teria uma localização diversa à da experiência da vítima.

La fragmentariedad del discurso de memoria, más que una cualidad a sostener como destino de toda obra de rememoración, es un reconocimiento preciso de que la rememoración opera sobre algo que no está presente, para producirlo como presencia discursiva con instrumentos que no son específicos al trabajo de memoria sino a muchos trabajos de reconstrucción del pasado: en especial, la historia oral y la que se apoya en registros fotográficos y cinematográficos. La fragmentariedad no es una calidad especial de ese discurso que se vincularía con su “vacío” constitutivo, sino un rasgo del relato, por una parte, y del carácter inevitablemente lacunar de sus fuentes, por la otra. Sólo en la teoría de lo irrepresentable del holocausto podría sostenerse la prevalencia del vacío sobre la palabra (SARLO, 2007, p. 138).

Ao acionar os elementos naturais que compõem a vida, e não apenas a vida humana, mas também as formações físicas e simbólicas do território ao vincular esses elementos ao mundo natural ainda com os resultados do mundo social, Guzmán trata de atualizar a memória ou sua poética mediante procedimentos que não são somente a palavra ou a imagem traumática, chocante, iconoclasta dentro da tradição audiovisual, como numa seção psicoterapêutica (no talhe de *Noite e neblina*, 1956, de Alain Resnais, e mesmo *Shoah*, 1985, de Claude Lanzmann. Dizemos isso porque só a sequência do assassinato ao

vivo de um dos camarógrafos que faziam parte da equipe de filmagens de *La batalla...* é já um exemplo contundente dessa propensão à desestabilização do discurso político pelo cinema que o mesmo autor cultivava). Reiteramos que a nação chilena é uma preocupação do diretor. Às vezes mais outras menos vinculadas com o estrado chileno. Veja-se o dado de o estado nacional chileno patrocinar colonos para invadirem o arquipélago chamado Patagônia, povoado por comunidades que não se confirmam chilenas, como no caso que se segue, aos 17m07. O narrador pergunta: *¿Gabriela, tu te sientes chilena?/ No./ ¿Qué te sientes?/Kauescar.*

A *performance* dos elementos ativados nos dois documentários com os quais lidaremos aqui, isto é, suas tropologias sociais, geográficas, arqueológicas, biológicas, geológicas e astronômicas logram questionar frontalmente a unilateralidade da cognição histórica, condicionada quiçá àquilo que denominam logocentrismo e, neste caso, por certa tradição cristã de sacrifícios icônicos, malgrado iconoclastas, como dissemos (muito recorrente em filmes acerca da causa judia na Segunda Guerra). Os novos filmes deixam medrar outro logos por intermédio de um quase inédito modo de figuração política que pretende reeditar a experiência, agora mediante manobras da memória, cuja matéria prima ele mesmo documentou in loco, mas naquele então sob o condão histórico (do “estar fazendo história”), em *La batalla de Chile I – La insurrección de la burguesía* (1975), *La Batalla de Chile II – El golpe de Estado* (1977) y *La batalla de Chile III – El poder popular* (1979); a emergência desse logos talvez confirme seu embrião nos recursos memorialísticos que vemos em um documentário mais adestrado como Chile. *La memoria obstinada* (1996). Um excerto quase herético: curiosamente, a evolução desse fragmento da obra de Guzmán, que com efeito abarca outros filmes e interesses, aproxima-se em seus métodos, guardadas as proporções, do elemento lírico de *Em busca do tempo perdido* de Proust, a ilustração por antonomásia dos gostos e sofrimentos leves que de ordinário se atribui ao que se denomina a *Belle Époque*. Um narrador em primeira pessoa

conta o que viveu, viu ou ouviu acerca de um leque temático limitadamente burguês e aos poucos vai revelando seu juízo a propósito de suas principais inquietações.

II

Um tal esforço de renovação das subjetividades políticas dos novos filmes em relação aos anteriores tem um efeito de *mise em abyme*, ao transpassar os planos individuais, locais e nacionais a fim não apenas de descrever ou de forjar, mas de alcançar algum conteúdo a mais que apenas político e ascender com efeito ao cósmico, sob um esoterismo controlado e razoável, mais até que ao *cosmopolítico* (CHEAH; ROBBINS, 1998), porque em face do eterno. Essa tendência do autor de reavivar o tema dos anos de repressão é projetada em seu estilo e em seus modelos e motivos de memória. Explico a alusão à figura do *mise em abyme* com algo que pode ser uma alusão do andamento do referido *aggiornamento*: o processo de recomposição constante da matéria é bem ilustrado na sequência de *Nostalgia de la luz* (aparecida mais ou menos na 1h05 do dvd) em que um pesquisador de idioma inglês, George Preston, aventa a possibilidade de o cálcio de alguns corpos celestes (“linhas de cálcio”) serem reaproveitados pelo trabalho de composição da ossatura humana. No caso ele indica ainda um ciclo perpétuo, mesmo sem querer.

Ademais, nada em *Nostalgia de la luz* é mais desconcertante, nem mesmo nas sequências das familiares (são sempre do sexo feminino) que reclamam seus desaparecidos, nas suas buscas quase sobrenaturais pelas ossadas deles no deserto, que perceber que talvez façamos parte, de corpo e alma, de um sistema de reciclagem ainda quase ignoto. Para aterrissar, poderíamos dizer que esse é um tipo de conclusão, de universalismo libertário, que o estilo de Guzmán foi articulando ao longo dos anos, operando uma catarse histórica de proporções que poderíamos alcinhar sempre, humanamente, de épicas, por passar de uma presença heroica não diante, mas dentro de o que poderia ser o início de uma guerra civil (em que não parecia haver fora do quadro:

tudo parecia caos, da *Moneda* e regiões circundantes até os grotões miseráveis da cidade, onde quase ninguém filma e quase ninguém costuma de fato ver) a uma mirada de êxtase melancólico ao cosmo, cosmo que ele parece adequar à forma e à função de um espelho que, embora obtuso, reflita o passado e o presente da história nacional, e muito além disso. Afora esse dado em geral os planos das estrelas, constelações e nebulosas não nos parecem figurativos, tampouco, digamos, reais, mesmo que talvez realistas em face da narração, mas guardam sempre uma incógnita acerca do que estamos vendo. Se pouco conseguimos relacionar com nossas vidas os simetricamente estranhos corpos celestes que estão no quadro, um vazio toma conta, nem que por um átimo, de nossa fruição quando imaginamos o que está fora do quadro, que pode ser o infinito. No caso que escolhemos, muitas passagens do filme sugerem as condições propícias do Chile à observação do cosmo, ademais de a renomada afeição dos chilenos pela astronomia (abundam os movimentos de câmera elípticos ou quase e os objetos arredondados: as cúpulas que abrigam os telescópios, estrelas que vistas de longe parecem pontos, os planetas, a lua, as bolas de vidro, bolas de gude: tudo, reiteramos, a assinalar um tempo cíclico).

De fato, na economia figurativa do texto fílmico, entre as primeiras sequências e as últimas, as locações se distanciam do deserto e retornam a Santiago, primeiro (3m21) para que haja uma remissão a um telescópio da Alemanha que atraiu o narrador quando jovem, e ao final com seu comentário poético, numa vista panorâmica da urbe latino-americana, acerca de que o centro da galáxia passa toda noite sobre o céu de Santiago (1h26). Outro excerto necessário que funcionaria como motor de desambiguação: (Os créditos que aparecem ao final dizem “voz comentários: Patricio Guzmán”. Mas não seria o narrador um personagem? Podemos considerar o narrador um alter ego do próprio Guzmán, que nasceu em 1941, em plena Segunda Guerra Mundial? Podemos afirmar ser o narrador o próprio Guzmán? Não haverá uma subjetividade intermediária entre o homem,

o diretor e o narrador do filme?). O processo técnico não imprimirá nenhum caráter de assujeitamento que relativize a vontade do observador, narrador etc? Mesmo nesse caso, essa extensão não atuaria como uma prótese que imprime novos movimentos e novos modos de percepção?

Outro efeito retórico importante, que contrasta com a verticalidade, mas concorda com o dado cíclico, de boa parte do anterior, ocorre quando ao final (1h20) há uma tomada de um mosaico com fotos dos desaparecidos. Essas fotografias são retangulares e em um dos ângulos da câmera as mostra como um tapete. Outro efeito: algumas sequências em que se veem as cúpulas celestes nos dirigem à imagem do universo como um espelho que reflete a história nacional e outras simplesmente o fazem à de um espelho que reflete o todo ou o nada. De ambas as séries selecionamos alguns fragmentos de narração em que o personagem narrador (de novo, talvez chamado Patricio Guzmán) diz, em primeira pessoa:

1. (7m25) - En Chile yo soy solamente uno entre miles de astrónomos aficionados.
2. (10m46) - En el brillo de la noche las estrellas nos obserban.
3. (13m46) - Siempre he creído que nuestro origen está en el suelo, en la tierra o en el fondo del mar, pero ahora pienso que pueden estar arriba, más allá de la luz.
4. (1h12) - En muchas otras ciudades hubo grupos de mujeres buscadoras. En Arica, Iquique, Pisagua, La Serena, Colina, Paine, Lonquén, Concepción, Temuco, Punta Arenas. La búsqueda de ellas nunca se cruzó con la búsqueda de los astrónomos, que rastreaban otro tipo de cuerpos, los cuerpos celestes. Mientras las mujeres tocaban la materia del desierto, los astrónomos detectaron que la materia de la tierra era la misma en todos los rincones del cosmos.
5. (1h26) - Yo creo que la memoria tiene fuerza de gravedad, siempre nos atrae. Los que tienen memoria son capaces de vivir en el frágil tiempo presente, los que no la tienen no viven en

ninguna parte. Toda noche, lentamente, imposible, el centro de la galaxia, pasa por encima de Santiago.

Para franquear com mais recursos o maior número de aspectos do filme, cremos que uma esquematização quase leviana e decerto simplista de *Nostalgia de la luz* nos leva a fragmentá-lo em grandes subtemas, talvez todos à reboque do motivo da memória, uns mais sutilmente vinculados, como no exemplo acima da memória do cálculo que se recicla para compor outros corpos, outros mais patentes. Mas antes vamos descrever a ordem de aparição dos personagens:

Personagens

1. (3m20) Narrador em primera pessoa – Patricio Guzmán (?), sempre em voice-over, nunca é enquadrado pela câmera.
2. (7m54) Primeira marca de um personagem: câmera subjetiva, narrador caminhando no deserto. Voice-over de Guzmán.
3. (10m40) Primeiro personagem aparece. Vai em direção ao telescópio. Anônimo.
4. (12m53) Câmera subjetiva outra vez no deserto. Voice-over de Guzmán.
5. (15m23) Aparece o personagem Gaspar Galaz, astrônomo.
6. (19m04) Em câmera subjetiva, dentro de um carro, outro personagem vai se delineando. Aos 19m15, aparece Lautaro Núñez, um arqueólogo.
7. (31m18) Aparece o primeiro personagem ex-presos político da ditadura, Luis Henríquez.
8. (35m30) Aparece Miguel, o arquiteto que, quando preso político, conseguiu guardar na memória as dimensões de cada cômodo da prisão. Agora na Dinamarca ele luta com o esquecimento causado pelo Alzheimer da esposa.
9. (43m46) O engenheiro Victor de 29 anos acompanha a construção de um telescópio que terá várias antenas para detectar

energia gerada há milhões de anos.

10. (45m40) Mulheres de Calama buscam restos dos parentes perdidos.

11. (52m48) Uma das mulheres de Calama, Vicky Saavedra, da testemunho do achado do pé do irmão.

12. (57m17) Outro testemunho de mulheres de Calama, esta chamada Violeta Berrios.

13. (1h04) Na sala de controle dos telescópios, George Foster fala acerca do trabalho.

14. (1h17) Valentina, trabalhadora da principal organização astronômica do Chile, teve seus parentes desaparecidos. Foi criada por avós adotivos, cremos, pelo que ela nos indica com sua fala, que foram selecionados pela burocracia da ditadura.

Temas e subtemas dramatizados

1) Memória.

Em geral, já indicado pelo título *Nostalgia*, e referenciado do início ao final do filme. É seu grande mote, ao menos aparentemente. As modalidades de memória, as modalidades de vida.

1a. (9m00): No hay nada, no hay insectos, no hay animales, no hay pájaros, sin embargo está lleno de história (El desierto de Atacama).

1b. (18m10) - El presente no existe. Frase do astrônomo Gaspar Galaz para Guzmán, que o entrevista.

1c. (1h25m) - Plano de bolas de gude sobre uma mesa e *voice over* de Guzmán: Haciendo esta película, mirando hacia atrás, estas bolitas también me recuerdan la inocencia de Chile cuando yo era niño. En esa época, cada uno de nosotros podría guardar, en el fondo de sus bolsillos, el universo entero.

2) A passagem à arqueologia e seus vínculos com o programa astronômico e histórico.

2a. (21m40)- O arqueólogo Lautaro Nuñezdiz: Ellos [los astró-

nomos] están en el presente recogiendo este pasado y tienen que reconstituirlo, porque tienen leves señales. Ellos son tan arqueólogos como nosotros.

3) *As superfícies e as sobreposições.*

3a. (26m40) - No deserto há muitas capas geológicas em que se encontram indígenas, mineiros e desaparecidos assassinados pela ditadura.

3b. (29m40) - O campo de concentração de Chacabuco, antes uma mina: El campo de concentración más grande de la dictadura de Pinochet. Las ruinas del campo son en realidad las ruinas de una mina. Los militares no tuvieron que construir un campo, pues las celdas eran las mismas casas de los trabajadores del siglo XIX, cuando la explotación minera se parecía a la esclavitud. Los militares solo tuvieron que poner el alambre de púas.

3c. (35m29) - A história do arquiteto, Miguel, que esteve detido em Chacabuco: Cuando tomé la decisión de que debía dejar testimonio de lo que significaba un campo de concentración construido en Chile, inicié esta forma de medir exactamente todos los recintos, todos los espacios, con el objeto de dibujarlo algún día si es que salía en libertad. [...] La memoria es así, por lo menos un arquitecto es capaz de mantener las dimensiones aquí en la memoria.

4) *As mulheres de Calama cavando, caminhando pelo deserto em busca de fragmentos de ossos ou pertences de seus entes queridos.*

4a. (53m20) - Vick Saavedra, uma das mulheres de Calama, diz que recuperou un pie, un pie que estaba dentro de un sapato, parte de su dentadura, recuperé parte de su frente, su nariz, prácticamente todo ese sector, la parte izquierda, su oreja, la parte de trás de su oreja, con un impacto de bala, que salió hacia esa parte, lo que indica que a él lo mataron desde abajo hacia arriba, no sé en qué posición estaba él, como fue eso, además de un tiro de gracia en la frente, además de la estrucción astillada totalmente, o sea fueron dos impactos de bala que tenía en su cabeza.

4b. (57m17) - Violeta Berrios, outra mujer de Calama, procura os restos de um seu parente, Mário, e diz: Mira, si yo lo encontrara hoy dia, y me dijeran “mañana te mueres”, me voy feliz, feliz. Yo no me quiero morir. No me quiero morir sin encontrarlo.

5) *As referidas dimensões subterrâneas, superficiais e cósmicas finalizam com um relato de Valentina, uma astrônoma, filha e neta de desaparecidos, depois com um mosaico de fotos de desaparecidos que parece ter sido construído no chão, e por último com as duas mulheres de Calama, Vicky e Violeta, sendo orientadas por Galaz a observar as estrelas pelo visor do telescópio.*

5a. (1h17) Valentina, que trabalha na principal organização astronômica do Chile, filha e neta de desaparecidos, diz: Me siento como un producto que vino con una falla de fábrica a veces. Pero que no se nota. Me da mucha risa cuando la gente me dice: es que no se nota que eres hija de detenidos y desaparecidos. Pero lo que quiero decir es que mis hijos no lo tienen. Me doy cuenta. Mi marido no lo tiene. Y me gusta estar rodeada en este momento por gente que no tiene ninguna falla de fábrica. Me gusta ver que mi hijo crece así. Entendemos que o uso tão ostensivo da fórmula “falla de fábrica”, sua aceitação pública de avós impostos pela burocracia repressiva e sua entristecida resignação encerram sinais importantes para o filme.

5b. (1h20) Mosaico de fotos de desaparecidos tomado de um ângulo que faz parecer que foi realizado no solo e remete desde logo àquela sequência em que Violeta Berrios sugere sua vontade de que houvesse um aparelho que fizesse uma espécie de prospecção à terra a fim de detectar ossadas e objetos no subsolo (57m17).

5c. (1h23) Vicky e Violeta, duas mulheres de Calama, são orientadas pelo astrônomo Gaspar Galaz a mirar o universo pelo visor de um telescópio.

6) *Impossibilidade de reconciliação.*

6a. (24m41) Guzmán fala ao arqueólogo, Núñez: [...] *Y sin embargo es un país que no trabaja su pasado, que vive entrampado en un golpe militar que lo tiene todavía inmovilizado, ¿no es cierto?*

O arqueólogo responde: *esa es la paradoja que más te preocupa, este es el meollo del punto, yo creo que es lo que amerita tu preocupación y tus ansias y la comparto absolutamente. Es una paradoja.*

6b. (47m44): Galaz compara o trabalho do astrónomo em busca de estrelas e planetas etc., e as mulheres que permanecem em busca dos seus parentes: *Es parecido con lo que hace un astrónomo con una diferencia, muy grande, nosotros podemos dormir tranquilos, después de cada noche de observación mirando el pasado, buscando algo que está en el pasado podemos dormir tranquilos, a veces dormimos un poco más porque es muy seco el aire, qué sé yo, pero dormimos tranquilos, y al día siguiente volvemos al pasado sin conflictos, sin nada, pero yo creo que esas mujeres no van a dormir tranquilas después de buscar el resto, digamos, tratando de buscar un pasado que no encuentran, y nunca van a dormir tranquilas hasta que no encuentren eso, yo creo que esa es la gran diferencia.*

III

Nossa tentativa de seguir um método de explanação das preocupações éticas e poéticas de Guzmán acerca da memória nacional em seus documentários mais recentes leva a que de alguma maneira tenhamos de recordar sua inserção na realidade política chilena de inícios dos anos 1970 e idealizar dois supostos estatutos do real (ou de verossimilhança, mas nem por isso devemos chamá-los de filmes realistas, uma vez que o documentário se firma como um gênero ou um modo discursivo audiovisual cujas referências possíveis de sua enunciação são o real - factual. Estamos cientes dessa convenção tão agressiva, mas ainda assim a aceitamos aqui)². Com efeito, as astúcias do modo documentário nos podem levar a crer muito facilmente que as tomadas da trilogia *La batalla de Chile* (I,II,III) sejam um retrato

² Do contrário, poderíamos argumentar que há documentários mais realistas que outros. Ademais, o próprio qualificativo de realista é falaz, devido a que se às vezes cremos que ele remete a uma maior adesão ao fato real - ao fatural ou ao factível (a experiência de primeiro grau) e a uma representação fiel desse, em verdade o realismo seria melhor definido como uma modalidade de construção textual, seja um texto verbal ou audiovisual, que remete a um padrão específico de recriação de outros textos, talvez mais próximos à noção de simulacro.

sem marco, isto é, sem nenhuma intervenção técnica do ocorrido, e que *Nostalgia... e El botón...* sejam uma variação bastante elaborada de recriação de verdades mais que de representação etc. (de novo a tensão entre real, factual e verossimilhança) (NINEY, 2009).

Não discutiremos tais assuntos porque não nos concerne o nível de referencialidade dos primeiros ou mesmo a densidade sem sentido dos argumentos em relação às analogias entre o golpe, suas consequências e o trabalho dos astrônomos, arqueólogos, parentes de desaparecidos, historiadores e cineastas (no caso do mesmo Guzmán), e no que tange a *El botón...* os instintos nacionalistas dos povos ancestrais da Patagônia, suas habilidades astronômicas, a geografia do Chile, a relação com a água, a submersão paulatina da Cordilheira dos Andes no Pacífico, a grande profusão de lagos e rios, a luta dos povos dali pela manutenção de hábitos que lhes dá algo mais que dignidade, orgulho mesmo (17h05, testemunho da indígena Kaueskar Gabriela Patiño); tampouco nos importa aqui a pertinência de Guzmán ao tentar levar a bom termo algumas hipóteses. Melhor, são as modalidades de manejo dos supostos paradigmas do cinema documental por Guzmán antes e depois e, principalmente, essa nova dimensão de busca por uma imaginação dos eventos da repressão, revolvidas, o que promovem nosso exame. Cumpre comentar ainda que em nosso horizonte para este estudo não há nada comparado, por exemplo, ao que Donald F. Stevens (1997, p.4) estabelece quando diz que Roland Joffé, Bernardo Bertolucci e Oliver Stone podem interpretar a história tanto quanto narradores e historiadores do século XIX, por exemplo. Quando ele quase sugere uma modalidade de interpretação da história em filmes como *1900* (1976, Bertolucci), *A missão* (1986, Joffé) e *Nascido em 04 de julho* (1989, Stone) sabemos, de antemão, que a preocupação dos diretores tem origens diversas às de um documentário. Outro adendo indulgente: temos ciência de que não procede uma opinião gratuita acerca das contingências documentais ou mesmo históricas desses filmes apontados por Stevens. Mas cremos, no entanto, que a mesma pode incrementar os parâmetros para

a inteligência do que consideramos pertinente para a compreensão do nosso exame de *Nostalgia...e El botón...* Portanto, em seu caráter ensaístico os três filmes deixam a desejar em especial devido a que ademais são esquematizados mediante propostas de ficcionalização muito patentes e sua suposta encenação documental ou histórica é sombreada por uma dimensão epidérmica de indícios e signos, um adorno panfletário. Em geral, o documentário enquanto gênero ou modo discursivo, digamos, tende a não incorrer na sedução imediata da sublimação da plasticidade, privilegiando uma forma que encerre o conteúdo. Ademais, o mesmo Stevens (1997, p.9) acerta quando, numa citação tomada de Louis Gottschalk, comenta que tanto a arte como a história são construídas sobre o princípio da verossimilhança “antes que da verdade objetiva.”³

Niney (2009, p. 340) recorda que sobre quase todos os documentários paira uma espécie de “dogma de la objetividad”, muito vinculado com a linguagem da tv, diferentemente do cinema. No capítulo anterior ao que retiramos o axioma, “Cámara subjetiva”, ele, a partir dessa subjetividade imposta pela posição da câmera no lugar de um olhar, um observador etc., oferece exemplos refinados acerca do uso desse procedimento, não obstante não consigam dar conta do tema: quando comenta um filme em que a diretora Molly Dineen, em *Casa de la Colina* (1986), faz com que o encarregado de som da equipe entre no quadro para auxiliar seu personagem principal a resolver uma tarefa cotidiana que sua velhice e ignorância o impossibilitam. Esse dado, supostamente vinculado a uma demonstração do caráter subjetivo de seu estilo, em verdade demonstra o quanto o cinema permite intervenções surpreendentes sem causar demasiado dano à fruição, ou mesmo promovendo-a, independentemente de ser um modo documental ou não. De outro lado, não nos parece que a entrada no quadro do técnico seja uma instância que reforce a subjetividade do filme, e sim o contrário, isto é, opera uma sublimação da objetividade, como ocorria com as películas do *Cinema Vérite*, do *Direct Cinema*,

3 Tradução nossa para “rather than objective truth”.

do *Free Cinema*, entre outros.

Tomemos a dupla história/memória não apenas como uma binômio analítico muito recorrente desde há quase um século nas humanidades (algo assim como língua e fala para a linguística), mas como uma das principais inscrições da substância do filme (que abarca o processo pelo que passaram as vítimas diretas e indiretas do golpe e da modernização autoritária do país), mas como o vetor das modalidades de expressividade cinematográfica que Guzmán lança mão para dar conta desse seu processo de figuração da história do Chile. Um dispositivo privilegiado da consolidação da história e consequente deslanche da memória é o modo narrativo e tudo o que ele implica, em especial o uso de recursos temporais e espaciais mediante técnicas de atualização de material humano ou humanizado cuja relevância no passado guarde interesse contemporâneo, ainda que epissódico, o que não é o caso do filme. Ambos os documentários contêm um arranjo memorialístico em que os personagens, guiados por um entrevistador/narrador (Guzmán?) que manobra, sobretudo com o auxílio da montagem (de Guzmán e Emmanuelle Jolly), a alternância do que ele considera o mais relevante para compor essa poética de combate etéreo, a partir de eventos históricos já consolidados (a mina/centro de reclusão de Chacabuco; as mulheres de Calama; as etnias da Patagônia e sua relação com a água e os astros, enquanto os chilenos veem o mar mais como uma fronteira com o nada, uma vez que na maior parte do país o grosso de sua alimentação e vocação econômica não contemplam muitos frutos do mar, a despeito do extenso litoral, salvo o salmão e principalmente a farinha de pescado; os usos que os indígenas faziam dos mares e rios da região patagônica e que a marinha chilena hoje desautoriza; os reflexos presentes da repressão dos colonizadores e da ditadura).

No caso de *Nostalgia...* essa relação entre história e memória ganha contornos bem dramáticos com o referido relato de Valentina ao final. Sua plena concordância com o ocorrido, a despeito da referida aura entristecida que a cerca, projeta uma anulação da memória pela

história, algo que o filme evita atestar, uma vez que o diretor, distante até certo ponto, não quis ajuizar, como de hábito antes, não se apartando de seu programa de documentar esse processo de transformações das sensibilidades, alijando a gramática combativa e assumindo uma postura relacional mais complexa. Ademais, pode ser um excesso de nossa parte identificar a *fórmula falla de fábrica* com um léxico instrumental, ou considerar seu tom carinhoso em relação a seus avós adotivos conveniente. Pensando bem, é possível julgá-la? Poderia uma criança entender os meandros políticos do que estava em jogo no Chile entre 1973 e 1990? Ela não haverá naturalizado todas as prerrogativas dessa produção de um ser humano novo no âmbito das ditaduras do Cone Sul?

IV

Antes de começar um breve exame de *El botón de nácar* vamos fazer uma lista por ordem de aparecimento dos personagens, agora de maneira temática e reiterada, à diferença da lista que fizemos anteriormente para *Nostalgia...* apenas pelo primeiro enquadramento de cada um deles:

- 1). 12m57 - Foto de indígenas da patagônia.
- 2). 14m26 - Fotos de indígenas patagônicos em canoas tradicionais ou com alguma relação com o mar.
- 3). 14m43 - Martín Calderón - Indígena marinheiro e construtor de barcos tradicionais e miniaturas de barcos dá um depoimento.
- 4). 17m05 - Gabriela Patiño - indígena kaueskar.
- 5). 18m54 - Vários indígenas nadando e pescando.
- 6). 19m41 - Foto da turma de escola do narrador, em que um dos colegas morreu no mar.
- 7). 20m11 - Emma Malig, pintora e equipe.
- 8). 23m38 - Gabriel Salazar - historiador.

- 9). 26m45 - Claudio Mercado - antropólogo.
- 10). 31m25 - Indígenas patagônicos pintados como o cosmo, com pontos referindo-se a estrelas, astros e constelações.
- 11). 32m49 - Indígenas patagônicos pintados à semelhança do cosmo, com pontos e astros e algumas constelações.
- 12). 34m25 - Raul Zurita - poeta, comentário acerca da cosmovisão dos patagônicos.
- 13). 36m11 - Barco com uma expedição de 1883 de militares, colonos, buscadores de ouro, missões católicas e burocratas.
- 14). 37m59 - Gabriel Salazar - historiador, comenta genocídio indígena.
- 15). 38m18 - Indígenas em situação de decadência.
- 16). 38m51 - Gabriel Salazar - historiador, comenta genocídio indígena.
- 17). 38m56 - Indígenas.
- 18). 39m01 - Gabriel Salazar - historiador, comenta genocídio indígena.
- 19). 39m18 - Indígenas.
- 20). 40m50 - Indígenas em canoa.
- 21). 42m11 - Martín Calderón - Indígena marinheiro e construtor de barcos tradicionais e miniaturas de barcos caminhando.
- 22). 42m17 - Cristina Calderón - com ascendência patagônica, traduz algumas palavras para o narrador.
- 23). 43m01 - Martín Calderón - indígena marinheiro e construtor de barcos tradicionais e miniaturas de barcos, traduz algumas palavras para o narrador.
- 24). 43m11 - Gabriela Patiño - com ascendência patagônica, traduz algumas palavras para o narrador.
- 25). 44m36 - Gabriela Patiño - com ascendência patagônica conta uma viagem de mil quilômetros em canoa que fez quando era

criança.

26). 47m20 - Paz Arrasures - fotógrafa, mostra fotos dos indígenas patagônicos remanescentes.

27). 48m41 - Desenho de Jimmy Button, nativo anglicizado, que vai à Inglaterra em troca de um botão de nácar.

28). 55m43 - Fotografia de indígenas já catequisados na ilha de Dawson. Nessa ilha ficariam os ministros de Allende.

29). 56m04 - Foto de moradores de Punta Arenas levados a Dowson por serem simpatizantes de Allende.

30). 56m04 - Moradores de Punta Arenas que sobreviveram à tortura.

31). 59m40 - Advogado da família de Marta Ugalde, AdilBrkovic, quem foi lançada de um avião ao mar e apareceu na praia onde o amigo do narrador havia morrido anos antes.

32). 1h01 - Javier Rebolledo - jornalista e escritor, explica como Marta Ugalde foi ensacada viva para ser lançada ao mar e como, ao descobrirem que estava viva, desensacaram-na, e a mataram com um arame. Mas quando a voltaram a ensacar, fizeram-no equivocadamente, portanto seu cadáver não foi para o fundo do mar, mas chegou às costas chilenas, próximo de onde o amigo do narrador havia morrido quando criança

33). 1h04 - Juan Molina - mecânico que auxiliava no voos, explica como as pessoas eram lançadas ao mar e como os civis ajudaram.

34). 1h06 - Raul Zurita - poeta, comenta as barbáries desses dados.

35). 1h07 - Raul Veras - mergulhador, comenta como encontrava os resíduos jámetamorforseados dos cadáveres no fundo do mar.

36). 1h11 - Desenho de Jimmy Button.

37). 1h12 - Emma Malig e equipe fecham o mapa do Chile que realizaram.

38). 1h12m50s - Gabriel Salazar - historiador, comenta os even-

tos das barbáries chilenas.

39). 1h13 - Raul Zurita - poeta, comenta as barbáries chilenas.

40). 1h15 e 1h16 - Fotos de indígenas.

41). 1h17 - Foto de Cristina Calderón.

42). 1h17m20s - rosto de Gabriela Patiño.

43). 1h17m34s - rosto de Martín Calderón.

Em *El botón de nácar*, essa espécie de aprimoramento das emoções (figuras, poética, retórica), em relação ao sucedido em 1973 ocorre sobretudo pela ausência de depoimentos diretor das vítimas e pela radicalização das metáforas, o que acarreta um escanteio do dístico história/memória ao menos nos termos em que conhecemos. A relação entre os povos da Patagônia desaparecidos há mais de um século (aos 41m57 o narrador diz: *Hoy quedan 20 descendientes directos. Adentro de ellos el idioma resistió cientos o talvez miles de años*) e os mártires da repressão iniciada com Pinochet apenas se fixa bem passada a metade do filme (52m44). E tão somente é antecipada uma vez, quando atesta (20m): *Fue mi primer desaparecido*, ao falar de um amigo do colégio de Guzmán que morreu afogado nas águas do pacífico. E então, nos referidos 52m44 o narrador finalmente diz: *Durante 150 años un grupo de hombres blancos gobernó con mano firme este país silencioso. La revolución de Salvador Allende rompió con el silencio*. Mas não há no filme uma sensação de procrastinação ou de falta de *timing* em relação às associações inevitáveis que se esperam de um documentário de Guzmán e, um dado sugestivo, rodado após *Nostalgia...* Em verdade o autor deliberadamente estipula seu novo interesse por um poder civilizatório determinado que primeiro extingue povos e saberes e só depois retorna a sua obsessão, compreensível, pela ditadura, cujo projeto, afinal de contas, era o mesmo, mitigar uma energia socialista democrática que havia tomado conta de todo o país, de norte a sul, isto é, de eliminar um projeto de civilização. Entre as duas fases históricas não há rupturas, mas continuidade, e não somente continuidade narrativa, sintagmática, mas pertencem ao

mesmo paradigma de racionalidade (ao menos em consciência, não há juízo algum nessas proposições, isto é, não se está de acordo ou em desacordo).

A despeito de que seja um filme cuja questão temporal (ainda história/memória) esteja patente como possibilidade forte de interpretação, de fato as espacialidades, ou as três regiões que marcam a geografia e a história do Chile se intercalam na apresentação das imagens e ofertam uma vertente lógica e poética do filme:

1) O norte: o deserto do Atacama - onde se inicia a película e há observatórios que estudam cometas que carregam água e que supostamente formaram nossos mares. Ademais, se o filme finaliza no mar, no sul, com alguém remando uma canoa tradicional, essa sequência é antecipada por uma narração em que se mostra um quasar descoberto há pouco com 120 milhões de vezes mais água que todos os mares da terra: o filme começa com um quartzo encontrado no Atacama que tem três mil anos e uma gota de água dentro (2m40).

2) O centro: Santiago - para onde o enredo às vezes se traslada a fim de fazer entrevistas com os intelectuais que legitimam o eixo temático do filme.

3) O sul: o arquipélago da Patagônia - onde ocorre a maior parte do enredo, uma vez que a película tem como eixo, como dissemos, as culturas ribeirinhas e marítimas desaparecidas no século XIX, o que lhe confere certo acento pós-colonial de tipo latino-americano, uma vez que seus remanescentes dão seu testemunho reiteradamente.

No sul do país é onde o filme deveras se desenvolve, devido a que de lá se descrevem, manobrando um mecanismo de sobreposição de fatos históricos que, atualizados no correr da narrativa, fazem com que se criem efeitos em cascata ou de acumulação:

1) Nos 55m43 relata-se que no século XIX centenas de indígenas morreram na ilha Dawson durante sua arregimentação pelas missões católicas.

2) Ao comentarmos ao princípio deste apartado número IV que

não havia depoimentos das vítimas, não quisemos dizer que elas não estejam, inclusive, presentes, mas o estão em bloco, e na segunda metade do filme, quando se comenta que na ilha Dawson também houve um campo de concentração da ditadura, abrigou os ministros de Allende e cerca de 700 simpatizantes ao regime que viviam na Patagônia.

3) Também aos 56m04 há uma foto desses moradores de Punta Arenas/Magallanes levados a Dawson por serem simpatizantes de Allende.

4) Aos 56m09, esses moradores de Punta Arenas/Magallanes que sobreviveram à tortura, juntos, dentro de um edifício, apontam, quando perguntados, onde está a ilha Dawson. Depois, de novo quando inquiridos, respondem, quase em simultâneo, quanto tempo estiveram presos. O mais longo ficou um pouco mais de cinco anos.

Ademais de todas essas novidades de manejo poético e de posicionamento humano que se notam nos dois filmes, especialmente neste último, um dado que pode ser bem relevante permeia esse trânsito, conquanto com lastro na história das ideias hegemônicas na academia no século XX. Gustavo Lins Ribeiro (2003) alguma vez disse que a América Latina não pôde reivindicar para si as premissas da teoria pós-colonial que preencheram as lousas das salas de aula na segunda metade da centúria, uma vez que se nossa independência de fato ocorrera nos 1800, quando houve obras de cunho pós-colonial, mas sem a sistematicidade adquirida pela produção teórica, epistemológica e mesmo de subjetividades das novas ex-colônias inglesas e francesas do século passado (decerto devido à influência econômica de suas ex-metrópoles e como consequência a maior inserção de seu idioma na burocracia das organizações internacionais), que reclamavam sua independência dos modelos políticos das metrópoles europeias e, como corolário, um maior respeito com alguma verdade ou dignidade nas representações que as metrópoles faziam das colônias, a fim de atenuar o retrato orientalista tão arraigado no chamado Ocidente. Sendo assim, segundo nossa interpretação, a outra inde-

pendência latino-americana ocorrera também no século XX, mas sua denominação para fins de inteligência no espaço público foi de que se tratava de um período pós-colonial, porquanto os Estados Unidos estivessem, talvez, amainando suas posições como império e a região, desde pelo menos a Guerra da Espanha de 1898, vivera sob o jugo de suas prerrogativas.

Malgrado essa ser uma posição conflituosa, não deixa de ser curioso como Guzmán toca em aspectos de cunho pós-imperial, menos, e pós-colonial, sem mesmo se propor a isso, apenas seguindo uma imaginação cinematográfica e uma espécie de espírito do tempo. No caso de seus referidos filmes acerca da ditadura havia ali uma posição de que a decadência moral dos Estados Unidos, incorporada pela CIA e pelo FBI (ele não estava equivocado da ingerência dessas agências naquele momento) era um fator determinante para a incompreensão do projeto de Allende. Agora, em passagens como a da história do indígena anglicizado, Jimmy Button, o elã pós-colonial nos aproxima das reivindicações dos antiorientistas (denominação nossa), isto é, daqueles que reclamaram a equanimidade de direitos e deveres no âmbito das relações internacionais entre estados nacionais. Um dado de relevância ainda nesse ângulo exegético: o estado nacional chileno aliou-se às instituições direta ou indiretamente vinculadas ao estado nacional inglês e colonizou o sul do país, a partir de 1883. Naquela região já havia uma organização social e certo sentimento nacionalista patagônicos, digamos.

Veja-se o relato e a conclusão do narrador (48m34):

Ni siquiera conocía al único nativo que había dejado una huella en la historia. Su nombre es Jimmy Button. Fue muy tarde que yo conocí su vida. La aventura de Jimmy Button me pareció casi una leyenda cuando la leí por primera vez. Pero es una historia verdadera. En el inicio del siglo XIX un barco inglés entró al mundo de la Patagonia, al mando del capitán FitzRoy. Su misión era dibujar la imagen y las costas de estas tierras. Hizo los mejores mapas que se usaron durante un siglo. Fue el primer que dibujó a los indígenas con rostro humano. Al capitán, que tenía ideas humanistas, se le ocurrió un proyecto insó-

lito. Llevar a cuatro indígenas a Inglaterra con el fin de civilizarlos. Uno de los nativos subió a bordo a cambio de un botón de nácar. Por eso, los ingleses lo llamaron Jimmy Button. Jimmy Button fue vestido con ropas de marinero. Después con la tenida inglesa. Durante más de un año, Jimmy Button vivió en un planeta desconocido. Navegó desde la edad de piedra a la revolución industrial. Viajó miles de años hacia el futuro y después miles de años hacia el pasado. Después que Jimmy Button se convirtió en un gentleman, el capitán lo trajo de nuevo a la Patagonia. Al poner el pie en la tierra natal, Jimmy Button se quitó las ropas inglesas. Siguió hablando la mitad en inglés y la mitad en su lengua. Dejó crecer el pelo, pero nunca volvió a ser lo que era. A partir de este momento comenzó el fin de los pueblos del sur. Los mapas de FitzRoy abrieron la puerta a los colonos.

Considerações finais

Os últimos dois filmes de Patricio Guzmán parecem estar orientados por sensibilidades muito decantadas no que concerne ao que ele conseguiu plasmar a partir de suas experiências anteriores de figuração fílmica, enquanto testemunha e ativista do processo de ascensão e queda do governo de Allende. As astúcias da memória para questionar a história e sobretudo os postulados pós-imperialistas e pós-colonialistas se apresentam como um arcabouço para um desdobramento retórico, primeiro, e decerto poético, posteriormente, que torna o ato de assistir a ambos, tanto *Nostalgia de la luz* como *El botón de nácar* um evento novo no que se refere à fruição dos filmes do diretor, em especial quando comparados àqueles que abordam em direto o tema do processo revolucionário do Chile com tanta premência.

Como referido, Nelly Richard e Beatriz Sarlo, uma cidadã chilena e uma argentina de nascimento, conseguiram, um pouco como fez Albertina Carri em *Los rubios* (2003), dar conta desse processo seletivo de narrativas sociais que alguns chamam de memória, outros de arquivamento, mas que pode ser sem menoscabo uma das definições de poética ou estilo. As autoras e a diretora falam de interpretação

subjetiva da história, mas para haver intelecção discursiva é necessário uma seletividade dos materiais a serem ordenados, cujo resultado é uma determinada ordem na linguagem ou no discurso (recorde-se Foucault) e a proposta da locução de quem realiza essa seleção (ou crê que realiza) seja ao menos testada, podendo ser bem lograda ou não. Escrever, filmar e mesmo falar são atividades sobretudo de exclusão, quando o encaramos pelo flanco da busca, da escolha de um repertório de possibilidades, dos signos que mais convierem à elocução, e que ao final, em obras imaginativas, compõem o que se chama poética ou estilo, mediante a articulação de uma substância social, amorosa, policial, familiar etc. em um texto pontual.

Richard e Sarlo há muito, talvez inspiradas nos estudos de narratologia de Paul Ricoeur (2010), ou nos supracitados exames acerca do holocausto, da memória e do arquivamento, elaboram argumentos contra o processo de seleção das séries históricas que compõem as instituições de manutenção ou fabrico da memória no que concerne aos processos de repressão de seus países. Algumas de suas proposições indicam que a memória, seguindo a Primo Levi, é quase um ato de imaginação devido a que em geral quem enuncia ou conta não viu o fato enunciado ou contado e às vezes tampouco experimentou tal ato, como já foi comentado. Por seu turno, as autoras e a cineasta e tantos outros arengam contra a ascensão de um regime de lembranças e memórias que fixa apenas o lado mais espetacular do evento, chancelado na criação de bonitas instituições de resguardo de um acervo de documentos (em geral de mídia audiovisual ou somente foto e material gráfico, impresso e digital), que recalcula a experiência, querendo substituir o evento, não fosse esse, ninguém sabe como, insubstituível, indelével mesmo em algumas circunstâncias.

Nossa aposta vai ao encontro da hipótese retórica, ao menos no que concerne ao programa de Guzmán. Por exemplo, nos filmes brevemente examinados tendemos a acreditar que neles o diretor reelaborou não apenas o que diz respeito à *inventio* corrente até então, isto é, à escolha do tema (naqueles dos anos 1970, 1980 e 1990 acerca

da ditadura, em princípio de uma maneira invasiva, participante e posteriormente de modo elíptico), mas em especial no que tange a outro aspecto da retórica, a *dispositio*, isto é, as modalidades em que ele arranjou esses temas nos modos de produção regulares do cinema contemporâneo (afinal, são filmes excelentes, ganharam vários prêmios, um deles em listas dos melhores documentários de todos os tempos). Escusado que em ambos os casos haja um respeito e portanto uma codificação que obedeça a diretrizes um pouco difusas, a que se alternam de tempos em tempos, o autor, a despeito da grandiosidade das metáforas (universo com asteroides com água observados por telescópios situados no deserto do Atacama, o lugar mais seco do mundo/o arquipélago da Patagônia e a impossibilidade de os nativos exercerem suas atividades no mar/ viagem de Jimmy Button da idade da pedra à revolução industrial e retorno/Gabriela Patiño e seu orgulho kaueskar em uma região já colonizada por ocidentais há mais de um século/camadas geológicas que contam a pré-história e a história do estado nacional chileno com indígenas, mineiros e vítimas da repressão enterrados/ciclos: aos 31 minutos de filme o narrador diz: o pensamento é como o oceano, e em 1h16m56s: *se dice que el agua tiene memoria, yo creo que también tiene voz*; planetas, grafismos arredondados, o sistema solar, os observatórios etc.), mantêm-se em registro modesto, doméstico, com um tom menor que quadra muito bem com a posição chilena no concerto internacional, com pretensões de perfil baixo, em face de sua condição de país latino-americano, de laboratório de experimentos econômicos dos Estados Unidos e etc., porém de país educado, politizado, ocidentalizado, como muitos chilenos se concebem.

Em verdade, Guzmán elabora um modelo para desarrumar o seu próprio repertório, não o do cinema. O que antes estava bem fixado como prioridades temáticas devido a sua referencialidade ou factualidade e sua forma era muito participativa, nos moldes de uma ação direta, uma intervenção, uma *performance*, agora se combina com outro tipo de humores e também com outro tipo de proces-

so de classificação da matéria prima, a ciência ocidental, os gostos burgueses assumidos pelo narrador (brincar de astrônomo, ser um cineasta nos anos 1960 e 1970, leituras de Jules Verne), entre outros. Essa *ars combinatoria* que abrange quase cinquenta anos de feitura de uma poética e um estilo, um sujeito afinal, em paralelo com as mudanças tecnológicas que cada vez mais propiciam uma captação de elementos antes incalculáveis, levou a que *Nostalgia de la luz* e *El botón de nácar* pareçam ao espectador uma culminação, mas em nossa perspectiva em verdade são uma *suma*, isto é, um compêndio em que todos os sinais que marquem inteligência ou mesmo os meramente líricos do autor se apresentem de modo condensado, como em uma casca de noz.

Referências

CASSÉ, Michel. **Nostalgie de la Lumière**: monts et merveilles de l'astrophysique. Paris: Editions Belfond, 1987.

CHEAH, Pheng; ROBBINS, Bruce (orgs). **Cosmopolitics**. Thinking and Feeling Beyond the Nation. Minneapolis: University of Minnesota, 1998.

HART, Stephen M. **Latin American cinema**. Londres: Reaktion Books, 2015.

RICHARD, Nelly. Debates críticos en América Latina 2. 36 números de la revista Crítica Cultural. "Con motivo del once de septiembre de 1973. Notas sobre La memoria obstinada (1996) de Patricio Guzmán". Santiago: Cuatro propio, 2008a.

RICHARD, Nelly. Debates críticos en América Latina 2. 36 números de la revista Crítica Cultural. "Políticas y poéticas de la memoria". Santiago: Cuarto Propio, 2008b.

NINEY, François. **La prueba de lo real en la pantalla**. Ensayo sobre el principio de la realidad documental. México: Universidad nacional Autónoma de México, 2009.

RIBEIRO, Gustavo Lins. **Postimperialismo**: Cultura y política en el

mundo contemporáneo. Barcelona: Gedisa, 2003.

RICOEUR, paul. **Tempo e narrativa**. III tomos. Trad. Claudia Berliner e Márcia valéria Martínez de aguiar. São Paulo: Martins Fontes, 2010.

RUFFINELLI, Jorge. **Patricio Guzmán**. Madri: Cátedra/Filmoteca española, 2001.

_____. **Patricio Guzmán**. En búsqueda de imágenes verdaderas. Santiago/ Uqbar, 2008.

SARLO, Beatriz. **Tiempo Presente**. Notas sobre el cambio de una cultura. Buenos Aires: Siglo XXI, 2007.

STEVENS, Donald F. **Based on a true Story**. Latin American history at the movies. Delaware: SRBooks, 1997.

DADOS DOS AUTORES

ALICE OLIVEIRA DE ANDRADE

Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Estudos da Mídia (PPgEM) pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). Bacharel em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo pela mesma universidade. Filiada à Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (INTERCOM). Membro do Grupo de Pesquisa Epistemologias e Práticas Emergentes e Transformadoras em Comunicação, Mídias e Cultura (Ecomsul/UFRN). Desenvolveu pesquisa acadêmica sobre jornalismo móvel com foco no uso de smartphones na rotina de campo do jornalista em Natal/RN. Realiza atividade de pesquisa e extensão vinculada à Agência Fotec de Comunicação Experimental Multimídia. Desenvolve pesquisa na área da Comunicação Social, com ênfase nas seguintes temáticas: Jornalismo móvel e multiplataforma; Cibercultura; Folkcomunicação; e Fotografia.

CAMILA PRISCILA LOPES

Mestranda pelo Programa de Pós-graduação em Estudos da Mídia (PPgEM/UFRN). Possui graduação em Comunicação Social pela Universidade do Estado do Rio Grande do Norte (2012). Atuou como Produtora da Rádio TCM - TV Cabo Mossoró, entre 2013 e 2015. Tem experiência na área de Comunicação, com ênfase nos estudos da conversação em sites de redes sociais, mobilidade, identidade e sociabilidade em mídias digitais.

CAROLINA AIRES MAYER

Mestranda pelo Programa de Pós-graduação em Estudos da Mídia (PPgEM/UFRN). Possui graduação em Publicidade e Propaganda

pela Universidade Potiguar (2006). Atualmente é programador visual da Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Tem experiência na área de Comunicação, com ênfase em Comunicação Visual, atuando principalmente nos seguintes temas: posicionamento, redes sociais, gestão de marca e brandy equity. Atualmente estudo protagonismo feminino, feminismo e audiovisual.

CAROLINE BITTENCOURT LEITE TINÔCO CRUZ

Especialista em Cinema (UFRN). Formada em Comunicação Social, com habilitação em Radialismo, pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte (2013).

CELLY SAYONARA SOARES MAIA

Graduada em Comunicação Social pela Universidade do Rio Grande do Norte – UFRN com habilitação em Rádio e TV (2008) e Jornalismo (2011), com especialização em Comunicação e Marketing em Mídias Digitais pela Faculdade Estácio (2016). Está trabalhando como assessora de imprensa na Secretaria de Estado da Infraestrutura do RN desenvolvendo a comunicação interna e externa do órgão. Desde o início da carreira vem trabalhando em assessorias de comunicação de instituições públicas. Atualmente está iniciando uma especialização em Comunicação Pública.

CIRO JOSÉ PEIXOTO PEDROZA

Doutorando em Linguística Aplicada no Programa de Pós-graduação em Estudos da Linguagem da Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Mestre em Ciências da Comunicação pela Escola de Comunicações e Artes da USP (2003) e Especialização em Telejornalismo pela ECA/USP-TV Globo São Paulo (2005). Estudou no Centro de Formação Radiofônica da Deutsche Welle, Colônia/Alemanha (2001). Graduação em Comunicação Social (Jornalismo) na UFRN (1988). Jornalista, radialista e publicitário. Atua como

consultor de comunicação, professor universitário e radialista. Tem experiência na área de Rádio, Televisão, Assessoria de Comunicação e Marketing Político e Eleitoral.

DILSON FLORÊNCIO RODRIGUES

Mestrando pelo Programa de Pós-Graduação em Estudos da Mídia (PPgEM/UFRN). Especialista em Tecnologias em Educação a Distância pela Universidade da Cidade de São Paulo (UNICID). Possui graduação em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo pela Universidade Estadual da Paraíba (2001). Tem experiência na área de Comunicação, atuando principalmente nos seguintes temas: ética e mídia, comunicação e comunicação e constituição.

FELIPE GIBSON CUNHA

Mestrando do Programa de Pós-graduação em Estudos da Mídia (PPGEM) da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN), jornalista graduado na UFRN e especialista em Propaganda e Marketing na Gestão de Marcas (EPMGM) pela UFRN. Seu projeto de pesquisa está inserido na linha de pesquisa Estudos da Mídia e Práticas Sociais, do PPGEM/UFRN, onde estuda as relações entre comunicação, cultura e identidade no contexto contemporâneo das comunidades quilombolas do Brasil.

FERNANDA GABRIELA GADELHA

Professora Substituta de Relações Públicas UFPB, Professora da Faculdade Maurício de Nassau (PB). Doutoranda em Estudos da Mídia PPgEM UFRN. Mestra em Comunicação e Culturas Mídiaicas pela UFPB, possui graduação em Comunicação Social na Habilitação Relações Públicas (2010) pela Universidade Federal da Paraíba, especialização em Ciências Da Linguagem Com Ênfase No Ensino De Língua Portuguesa UFPB Virtual. Membro do Grupo de Pesquisa sobre o Cotidiano e o Jornalismo (GRUPECJ – UFPB,

Pesquisadora da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares em Comunicação – Intercom. Tem experiência na área de Comunicação, com ênfase em Novas Tecnologias, Publicidade, Relações Públicas, atuando principalmente nos seguintes temas: Folkcomunicação, Cotidiano e Cultura Midiática, Planejamento Estratégico, Corpo e Consumo.

FRANCISCO JOSÉ DA SILVA ROCHA FILHO

Jornalista, graduado pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). Atualmente, é membro associado do Grupo de Pesquisa Ecomsul: Epistemologias e Práticas Emergentes e Transformadoras em Comunicação, Mídias e Cultura, do Departamento de Comunicação Social, da UFRN. Tem estudos apresentados na área da Folkcomunicação e temas das Ciências Sociais defendidos por Boaventura de Sousa Santos, como: paradigma emergente da ciência e Epistemologias do Sul. Interessa-se ainda pela temática da contra hegemonia e ativismo midiático.

GEILSON FERNANDES DE OLIVEIRA

Doutorando em Estudos da Mídia pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). Mestre em Ciências Sociais e Humanas pelo Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais e Humanas da Universidade do Estado do Rio Grande do Norte (UERN). Graduado em Comunicação Social, Jornalismo, pela mesma instituição.

ITAMAR DE MORAIS NOBRE

Pós-Doutorado realizado no período de agosto de 2014 a julho de 2015, no Núcleo de Estudos sobre Ciência, Economia e Sociedade (NECES), do Centro de Estudos Sociais (CES), da Universidade de Coimbra, na linha de pesquisa Pós-Colonialismos e Cidadania Global, sob a supervisão do Prof. Dr. Boaventura de Sousa Santos. Financiado pela CAPES - Comissão de Aperfeiçoamento de Pessoal

de Ensino Superior. Doutorado e Mestrado em Ciências Sociais (na área de Cultura e Representações) pelo Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais, da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN), Natal, Rio Grande do Norte, Brasil. Especialização em Antropologia Social e Graduação (Bacharelado) em Comunicação Social (com habilitação em Jornalismo), pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Professor de terceiro grau Associado de Nível II, pelo Departamento de Comunicação Social, da Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Docente-pesquisador do Programa de Pós-Graduação em Estudos da Mídia (PPgEM/UFRN), na Linha de Pesquisa Estudos da Mídia e Práticas Sociais. Membro do Grupo de Pesquisa PRAGMA - Pragmática da Comunicação e da Mídia e do Grupo de Pesquisa Cultura, Política e Educação, ambos da UFRN. Membro do OBES - Observatório Boa-Ventura de Estudos Sociais, do Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes/UFRN, em convênio com o CES - Centro de Estudos Sociais, Universidade de Coimbra-Portugal. Filiado à Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação - INTERCOM. Filiado à Rede Folkcom - Rede de Estudos e Pesquisa em Folkcomunicação. Membro da RPCFB - Rede de Produtores Culturais da Fotografia no Brasil. Diretor Científico da Rede Folkcom - Rede de Estudos e Pesquisa em Folkcomunicação para o biênio 2017-2019. Atua na área de Ciências Sociais e Comunicação Social, com ênfase nos estudos e pesquisas sobre Fotografia, principalmente nos seguintes temas: jornalismo, fotojornalismo, fotografia, cultura e sociedade, narrativa visual, meio ambiente, educomunicação e folkcomunicação.

JOHN WILLIAN LOPES

Mestrando pelo Programa de Pós-graduação em Estudos da Mídia (Linha de Práticas sociais), da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (PPgEM/UFRN). Bacharel em Comunicação Social - habilitação em Publicidade e Propaganda (2015), pela mesma instituição. Integra o Grupo de Pesquisa Pragmática da Comunicação e da

Mídia (Pragma/UFRN/CNPq). Filiado à Associação Brasileira de Pesquisadores em Publicidade (ABP2). É bolsista Capes. Realizou pesquisas sobre comunicação, política e cultura, privilegiando as práticas de produção de sentido. Desenvolve pesquisas na área de Comunicação Midiática, enfatizando práticas comunicacionais digitais, ciberativismo, cibercultura, movimentos sociais e publicidade.

KALIANNY BEZERRA DE MEDEIROS

Jornalista pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte e mestranda no Programa de Pós-Graduação em Estudos da Mídia pela mesma instituição. Possui experiência em assessoria de comunicação e jornal impresso. Integrante do grupo de pesquisa Pragmática da Comunicação e da Mídia: teorias, linguagens, indústrias culturais e cidadania e do PROCAD Comunicação e Mediações em Contextos Regionais: Usos Midiáticos, Culturais e Linguagens (USP/UFRN/UFMS). Atualmente, é Assessora de Imprensa da cooperativa médica Unimed Natal.

KASSANDRA MERIELLI LOPES LIMA

Especialista em Comunicação e Marketing em Mídias Digitais (Estácio). Formada em Comunicação Social, com habilitação em Jornalismo, pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). Mestranda no Programa de Pós-graduação em Estudos da Mídia (Ppgem/UFRN) e integrante do Gemini - Grupo de Estudos de Mídia - Análises e Pesquisas em Cultura, Processos e Produtos Midiáticos. Pesquisa as áreas de Jornalismo e Narrativa.

MARCELO RODRIGO DA SILVA

É doutorando no Programa de Pós-graduação em Estudos da Mídia (PPgEM/UFRN) com bolsa CAPES. Pesquisador do Grupo de Pesquisa PRAGMA – Pragmática da Comunicação e da Mídia: teorias, linguagens, indústrias culturais e cidadania. É mestre em Li-

teratura e Interculturalidade pela Universidade Estadual da Paraíba (PPGLI/UEPB), especialista em Marketing (Facisa) e graduado em Comunicação Social-Jornalismo (UEPB). Foi professor substituto da Universidade Federal da Paraíba (UFPB), professor e coordenador dos cursos de Jornalismo e Publicidade e Propaganda da Faculdade Maurício de Nassau de João Pessoa. Foi repórter do Jornal Correio da Paraíba, assessor de imprensa da Secretaria de Estado da Saúde da Paraíba (SES-PB) e chargista do Jornal A União.

MARIA BEATRIZ SILVA DE ANDRADE

Graduada em Comunicação Social pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte com habilitação em Rádio e Tv (2008) e Jornalismo (2011), além de ser especialista em Comunicação e Marketing em Mídias Digitais pela Faculdade Estácio (2016). Atualmente é jornalista na Secretaria de Educação à Distância da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (Sedis-UFRN). Tem experiência em Assessoria de Imprensa e Produção Audiovisual. Neste momento, desenvolve atividades com ênfase na produção de programas audiovisuais educativos e a finalização de vídeos acessíveis, com a inserção de Legendas para Surdos e Ensurdidos (LSE) e Audiodescrição para cegos (AD).

MARIA DAS GRAÇAS PINTO COELHO

Doutora e mestre em Educação pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). Graduada em Comunicação Social, Jornalismo, pela mesma instituição. Pós-doutorado em Comunicação e Cultura pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). Professora e pesquisadora da UFRN, atuando no Departamento de Comunicação Social e nos PPG's de Educação e Estudos da Mídia.

MARIA DO SOCORRO FURTADO VELOSO

Doutora em Ciência da Comunicação pela Universidade de São

Paulo (USP) e pós-doutora com estágio na Universidade Nova de Lisboa (UNL, Portugal). Docente associada do Departamento de Comunicação Social e do Programa de Pós-graduação em Estudos da Mídia (PPgEM), vice-coordenadora do curso de Jornalismo, da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). Integra o Grupo de Pesquisa Pragmática da Comunicação e da Mídia (Pragma).

MARIA HELENA BRAGA E VAZ DA COSTA

Possui Pós-Doutorado (2012-2013) em Cinema pelo International Institute - University of California at Los Angeles - UCLA, USA; Doutorado (2001) e Mestrado (1993) em Media Studies pela University of Sussex - Inglaterra; Graduação (1986) em Arquitetura e Urbanismo pela Universidade Federal de Pernambuco - UFPE. Professora Associada IV do Departamento de Artes da Universidade Federal do Rio Grande do Norte - UFRN e Coordenadora do Grupo de Pesquisa Linguagens da Cena: Imagem, Cultura e Representação. Professora do quadro permanente do Programa de Pós-Graduação em Estudos de Mídia e do Programa de Pós-Graduação e Pesquisa em Geografia, ambos da UFRN. Coordenadora do Curso de Especialização em Cinema da UFRN (2016-2017) e Coordenadora do Programa de Pesquisa e Pós-Graduação em Geografia - UFRN (2017-2019).

MARIANA LEMOS DE MORAIS BEZERRA

Mestranda em Estudos da Mídia pela UFRN, MBA em Marketing Estratégico pela UNI-RN. Bacharel em Comunicação Social, com habilitação em Publicidade e Propaganda pela Universidade Potiguar. Participa, na UFRN, do PROCAD Comunicação e Mediações em Contextos Regionais: Usos Midiáticos, Culturais e Linguagens (USP/UFRN/UFMS, EDITAL N° 071/2013 - Programa Nacional de Cooperação Acadêmica). Integrante do grupo de pesquisa Prag-

mática da Comunicação e da Mídia: teorias, linguagens, indústrias culturais e cidadania (Pragma - UFRN) vinculado ao Programa de Pós-Graduação em Estudos da Mídia da UFRN. Interesses de pesquisa: Mídias Digitais; Feminismo; Cidadania.

MOABE BRENO FERREIRA COSTA

Doutorando no Programa de Ciências Sociais Aplicadas ao Turismo, pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN) – bolsista CNPq. Possui graduação em Comunicação Social, pela Universidade Estadual da Paraíba (UEPB), e mestrado em Cultura & Turismo, pelo programa integrado entre a Universidade Estadual de Santa Cruz (UESC) e a Universidade Federal da Bahia (UFBA) – bolsista Fapesb. Membro do grupo de pesquisa Identidade Cultural e Expressões Regionais (Icer-CNPq). Desenvolve estudos com foco na área de comunicação e turismo, preocupando-se com temas em comunicação no ciberespaço, memória coletiva, gestão da comunicação e planejamento de cidades turísticas. É professor universitário e tem experiência em assessoria de comunicação de cidades turísticas e em assessoria parlamentar.

RAFAEL MARQUES GARCIA

Rafael Garcia possui graduação em Design Gráfico pelo Instituto Federal de Pernambuco e especialização em Assessoria de Comunicação pela Escola Superior de Relações Públicas de Pernambuco. Atua profissionalmente com Design Editorial voltado para materiais didáticos, e há quatro anos, pesquisa e trabalha com acessibilidade para materiais didáticos dentro da Secretaria de Educação a Distância da UFRN.

RAFAELA BERNARDAZZI TORRENS LEITE

Doutoranda no Programa de Estudos na Mídia, na área de Práticas Sociais, na Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN).

Mestre em Ciências da Comunicação pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA/USP), na área de concentração de Teoria e Pesquisa em Comunicação, na linha de pesquisa Linguagens e Estéticas da Comunicação. Especialista em Cinema e Linguagem Audiovisual pela Universidade Estácio de Sá. Graduada no curso de Comunicação Social da UFRN - habilitação em Radialismo. Pesquisadora do Grupo de pesquisa de Linguagens da cena: imagem, cultura e representação e do Grupo de Pesquisa GE-LiDis - Linguagens e Discursos nos Meios de Comunicação.

RANILSON DE OLIVEIRA SILVA

Graduado em Comunicação Social, habilitação em Jornalismo pela Universidade Potiguar (2015). Tem experiência na área de Comunicação. Participou do Projeto de Extensão Rádio UnP no Ar no período de fevereiro de 2013 a dezembro de 2015. Trabalhou como estagiário (pauta, produção e reportagem) na TV Tropical, afiliada à Rede Record em Natal-RN.

SEBASTIÃO GUILHERME ALBANO DA COSTA

Sebastião Guilherme Albano é professor da UFRN. Seus últimos livros são *A imaginação revolucionária. Política, cinema e literatura no México* (São Paulo: Annablume, 2011) e *Conteúdo e Continente. Mídia e sociedade na América Latina*. Porto Alegre; Natal: Sulina e EDUFRN, 2014. Tem artigos científicos publicados em vários países da América Latina, Estados Unidos e Europa. Na atualidade prepara um romance.

TAIANNE DE LIMA GOMES

Jornalista (2006) e Relações Públicas (2012), pós-graduada em Assessoria de Comunicação pela Universidade de Fortaleza (2009) e mestranda do Programa de Pós-graduação em Estudos da Mídia, da Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Possui experiência

na área de Comunicação, com ênfase em Assessoria de Imprensa, Comunicação Organizacional e Telejornalismo. Atualmente, é Analista de Gestão - Comunicadora Social da Companhia Brasileira de Trens Urbanos.

THAYS HELENA SILVA TEIXEIRA

É jornalista, escritora e doutoranda em Estudos da Mídia pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). Atualmente desenvolve uma investigação científica que propõe um método para a cidadania comunicativa. Realizou estágio de doutorado sanduíche na Universidade Autônoma de Barcelona (Espanha). É membro do Grupo de Pesquisa Pragmática da Comunicação e da Mídia (UFRN). Mestre em Comunicação pela Universidade Federal do Piauí (UFPI). Bacharel em Comunicação Social- Jornalismo pela Universidade Estadual do Piauí (Uespi).

VALQUÍRIA APARECIDA PASSOS KNEIPP

Graduada em Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo pela Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho (1990), mestrado (2002) e doutorado (2008) em Ciências da Comunicação pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo. Foi editora-assistente da Revista PJ:BR - Jornalismo Brasileiro (de 2005 até 2011), atualmente é editora da publicação, professora Associada de graduação e pós-graduação da UFRN - Universidade Federal do Rio Grande do Norte (desde 2009). Foi diretora científica de Rede Alcar (2007-2011) e coordenadora do GT de Mídias Visual e Audiovisual (2008-2011). Atualmente é vice-coordenadora do PPgEM da UFRN (2013-2015) e (2015-2017). É vice-coordenadora do Grupo de Pesquisa Imagem, Mercado e Tecnologia do CNPq.

VERUZA DE MORAIS FERREIRA

Mestranda em Estudos da Mídia pela PPgEM - UFRN, graduada

em Artes Visuais pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte e tecnóloga em Gestão em Recursos Humanos pela Faculdade de Ciências Cultura e Extensão do Rio Grande do Norte. Desenvolveu pesquisas junto ao Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica (PIBIC-CNPq), integrada ao grupo de pesquisa LINC - Linguagens da Cena: Imagem, Cultura e Representação, com pesquisas voltadas ao cinema e seus elementos estéticos, no período de dois anos (do qual ainda encontra-se vinculada). Com experiência docência no ensino das Artes Visuais (Ensino Fundamental I e II), apresenta interesse em desenvolver atividades docentes e projetos nas Artes Visuais e/ou áreas afins.

Sobre o livro

Projeto Gráfico e Edição Eletrônica | John Willian Lopes
Normalização e Revisão | Dos autores
Tipologias Utilizadas | Adobe Caslon Pro 9 / 11 / 12 pt,
Helvetica LT Std 11 / 12 pt