

Organizadoras
Viviane Borelli
Sandra Depexe
Ada C. M. Silveira

Métodos, práticas e análises em Comunicação e Mídia

Volume 1

 eduepb

ORGANIZAÇÃO

Viviane Borelli
Sandra Depexe
Ada C. M. Silveira

Métodos, práticas e análises em Comunicação e Mídia

Volume I

 eduepb

2024



Universidade Estadual da Paraíba

Profª. Célia Regina Diniz | *Reitora*

Profª. Ivonildes da Silva Fonseca | *Vice-Reitora*



Editora da Universidade Estadual da Paraíba

Cidoval Moraes de Sousa | *Diretor*

Conselho Editorial

Alessandra Ximenes da Silva (UEPB)

Alberto Soares de Melo (UEPB)

Antonio Roberto Faustino da Costa(UEPB)

José Etham de Lucena Barbosa (UEPB)

José Luciano Albino Barbosa(UEPB)

Melânia Nóbrega Pereira de Farias(UEPB)

Patrícia Cristina de Aragão(UEPB)



Editora indexada no SciELO desde 2012



Editora filiada aABEU

EDITORA DA UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA

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



Editora da Universidade Estadual da Paraíba

Cidoval Moraes de Sousa (*Diretor*)

Expediente EDUEPB

Design Gráfico e Editoração

Erick Ferreira Cabral
Jefferson Ricardo Lima A.
Nunes Leonardo Ramos
Araujo

Revisão Linguística e Normalização

Antonio de Brito Freire Eli-
zete Amaral de Medeiros

Assessoria Técnica

Carlos Alberto de Araujo
Nacre Thaise Cabral Arruda
Walter Vasconcelos

Divulgação

Danielle Correia Gomes

Comunicação

Efigênio Moura

Depósito legal na Câmara Brasileira do Livro - CDL

M593 Métodos, práticas e análises em comunicação e mídia [recurso eletrônico] : volume I / organização e apresentação de Viviane Borelli, Sandra Depexe e Ada Cristina Machado Silveira. – Campina Grande : EDUEPB, 2024.
419 p. : il. color. ; 15 x 21 cm.

ISBN: 978-65-87171-96-8 (Impresso)

ISBN: 978-65-87171-97-5 (8.000 KB - PDF)

ISBN: 978-65-5221-000-5 (2.000 KB - Epub)

1. Comunicação e Mídia. 2. Comunicação no Brasil. 3. Pesquisas em Comunicação. 4. Campo Publicitário. 5. Mídia. I. Borelli, Viviane. II. Depexe, Sandra. III. Silveira, Ada Cristina Machado. IV. Título.

21. ed. CDD 302.23

Ficha catalográfica elaborada por Fernanda Mirelle de Almeida Silva - CRB - 15/483

Copyright © **EDUEPB**

A reprodução não-autorizada desta publicação, por qualquer meio, seja total ou parcial, constitui violação da Lei nº9.610/98.

ORGANIZAÇÃO E COORDENAÇÃO

Ada Cristina Machado Silveira

Viviane Borelli

Sandra Depexe

REVISÃO DE TEXTO

Eduardo Ruedell

Letícia Ribeiro de Oliveira

Samara Wobeto

Viviane Borelli

COLABORADOR

Angelo Francisco Fruet

CAPA

Yohana lensen Teixeira

PROJETO GRÁFICO

Fernanda Redin Oliveira

Ana Júlia Rodrigues

Yohana lensen Teixeira

DIAGRAMAÇÃO E PREPARAÇÃO

Ana Lia Suriano Godoy

Ariane Marçola

Laura Gutheil Bayer

Lívia de Oliveira Cristino

Gisele Biserra Pereira Silva

Vitória Correa Brum

Fernanda Redin Oliveira

SUPERVISÃO

Sandra Depexe

Rafael Marcelino Bald



SUMÁRIO

11

Apresentação

21

Uma perspectiva semiótica material pode (talvez) ajudar a pensar o objeto em contexto e fugir do midiacentrismo

Mauricio de Souza Fanfa

48

Matizes do campo da comunicação

Gustavo David Araujo Freire

Maria Ivete Trevisan Fossá

77

Análise cultural-midiática: uma perspectiva teórico-metodológica em estudos comunicacionais na última década (2013-2023)

Mariângela Barichello Baratto

Victor Cesar Rodrigues Carvalho

Flavi Ferreira Lisbôa Filho

**103**

Indisciplina metodológica: breve panorama da contribuição decolonial e feminista para as pesquisas em comunicação

Vera Sirlei Martins
Rosane Rosa

130

Corpos-impessos e fantasmagorias como problemas comunicacionais

Wigde Arcangelo da Silva
Frederico de Mello Brandão Tavares

163

Desenho de pesquisa com os mapas das mediações: mutações culturais e comunicacionais nos clubes leia mulheres

Jean Silveira Rossi
Liliane Dutra Brignol

187

Um match entre cartografia & estudos de tendências? metodologias de análises do campo publicitário

Alessandro Felipe
Juliana Petermann

**206**

**Etnografia de um jornalismo
midiatizado: experimentações no
Brasil e na Suécia**

Marcio Morrison Kaviski Marcellino
Ana Paula da Rosa

230

**A etnografia para internet e a roleta
interseccional na pesquisa com
influenciadoras digitais migrantes**

Luiza Dias de Oliveira Liliane Dutra Brignol

256

**A publicidade e a pesquisa-ação:
contribuições para o desenvolvimento
de pesquisas com foco no ensino**

Amarinildo Osório de Souza
Juliana Petermann

280

**A análise discursiva do vivo no
telejornalismo: um olhar sobre
as articulações actanciais,
espaciais e temporais**

Vanessa Cristina Backes
Aline Roes Dalmolin

**306**

Análise textual de material
audiovisual: um olhar possível
à programação das tevês
educativas e comunitárias

Fabiana da Costa Pereira
Maria Ivete Trevisan Fossá

330

Do texto televisual à textualidade:
um percurso teórico-metodológico

Gabriel de Souza
Elizabeth Bastos Duarte

355

Analítica da midiatização: o estudo
de capas plataformizadas

Ada C. Machado da Silveira
Bruno Cordeiro dos Santos

383

De fontes a coautores: uma proposta
metodológica de classificação das
fontes no jornalismo alternativo

Alice Bianchini Pavanello
Márcia Franz Amaral

410

Autoras e autores

417

Índice remissivo



APRESENTAÇÃO

A presente coletânea intitulada “Métodos, práticas e análises em Comunicação e Mídia” apresenta dois volumes compostos por uma diversidade de caminhos para a investigação. Seus textos buscam registrar aspectos críticos considerados essenciais para a consecução da pesquisa em Comunicação e Mídia.

A área de Comunicação e Mídia vêm concentrando preocupações atinentes a um expressivo campo composto por objetos voláteis e desafiadores, conduzindo a investigações que requerem modulações, muitas vezes, desconsideradas por outros campos do conhecimento. O estranhamento que a novidade dos objetos trabalhados produz resulta, muitas vezes, na necessidade de adoção de novos caminhos (e que no passado poderiam ser considerados descaminhos) e que decorrem do cercamento de objetos do conhecimento próprios do momento presente.

Os dois volumes surgem do esforço por desenvolver processos de investigação adaptados às condições de reflexão conceitual e metodológica do assim denominado campo de pesquisa em Comunicação no Brasil. O conjunto de textos apresentados decorre de intensa vivência de investigação de docentes em situação de orientação de pesquisa junto aos seus e suas orientandos/das. Tais investigadores e investiga-

doras expressam o propósito de tomada de consciência das formas com as quais é possível conduzir uma pesquisa. O grupo registra, assim, uma variedade de exercícios de investigação com vistas a apontar pontos de inflexão metodológica. Exploram-se maneiras cuidadosas adotadas em processos de pesquisa, conforme expressa a Figura 1:

Figura 1 - Mapa conceitual das coletâneas



Fonte: Elaborado por Angelo Francisco Fruet (2024) a partir das palavras-chave registradas nos capítulos.

A Figura 1 apresenta um mapa conceitual composto a partir da seleção de palavras-chave de cada capítulo da presente obra. Os capítulos desenvolvem abordagens metodológicas que são interpretadas a partir de distintas abordagens e capazes de inaugurar articulações que lhes são próprias.



Desta maneira, a coletânea traz a contribuição de 47 pessoas na co-autoria de 27 textos. São pesquisadoras e pesquisadores integrantes de programas de pós-graduação em Comunicação pertencentes a quatro universidades públicas e uma universidade privada brasileiras, a saber: a Universidade Federal de Santa Maria (UFSM, campus sede e de Frederico Westphalen), Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), Universidade Federal de Ouro Preto (UFOP, Campus de Mariana), Universidade Federal do Pampa (Unipampa, campus de São Borja) e Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos).

Mauricio de Souza Fanfa traz uma perspectiva semiótica material para pensar o objeto em contexto. Seu texto visa provocar reflexões e debates sobre objetos heterogêneos, sob uma perspectiva semiótica material. Ele inicia com uma breve apresentação do problema do midiacentrismo e trata da definição da expressão semiótica material, sua relação com a Teoria Ator-Rede e seu caráter de termo guarda-chuva. Após, discorre sobre quatro sugestões para pesquisas desenvolverem sensibilidades semiótico-materiais, as quais consistem em tratar da materialidade no contexto, investigar affordances, descrever os objetos e combinar técnicas de pesquisa. O autor busca acompanhar cada sugestão por perguntas que devem instigar a reflexão metodológica, ressaltando que a semiótica material é uma sensibilidade intelectual sobre o caráter da pesquisa, do método e do objeto de estudo, e não uma proposta metodológica estrita ou programática.



O texto intitulado “Matizes do campo da comunicação”, desenvolvido por Gustavo David Araujo Freire e Maria Ivete Trevisan Fossá trata da constituição deste campo como questão que perfaz as demarcações acadêmicas no que diz respeito às práticas de produção de conhecimento. Ela se aplica por meio da construção de objetos, metodologias e teorias, face à discussão de sua disciplinarização. A comunicação é compreendida como um entre-lugar ao tomar o cubo de Rubik como metáfora para se pensar as movimentações impulsionadas pelos pesquisadores sobre outras ciências e disciplinas, de modo a enriquecer o debate no que tange um dado objeto, cujo enfoque é plenamente comunicacional.

O texto sobre análise cultural-midiática recupera a perspectiva teórico-metodológica em estudos comunicacionais na última década (2013-2023). Elaborado por Flavi Ferreira Lisbôa Filho, Mariângela Barichello Baratto e Victor Cesar Rodrigues Carvalho, busca evidenciar as contribuições dos Estudos Culturais como perspectiva epistemológica e de análise. O mapeamento de teses e dissertações produzidas no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFSM trouxe como resultados os movimentos dialógicos de pesquisas comunicacionais variadas, que têm em sua centralidade um olhar para representações e identidades culturais-midiáticas, seja em contextos locais-regionais, relacionadas ao esporte, questões de gênero, raça, ou sexualidade.

“Indisciplina metodológica” intitula-se a proposição de Vera Sirlei Martins e de Rosane Rosa. Elas traçam um breve

panorama de reflexões dentro dos campos do Pensamento Decolonial e dos Estudos Feministas com o objetivo de sintetizar aspectos teóricos para elaborar abordagens metodológicas, em Comunicação, engajadas na construção de conhecimentos que sirvam para promover a justiça de gênero. Trata-se de um panorama que aponta as condições disciplinadas e hegemônicas dos padrões acadêmicos vigentes, coniventes com a persistência do projeto colonial, de cujas linguagens, artefatos e dispositivos pesquisadoras e pesquisadores precisam desprender-se.

Wigde Arcangelo da Silva e Frederico de Mello Brandão Tavares apresentam o texto “Corpos-impressos e fantasmagorias como problemas comunicacionais”. Eles buscam refletir sobre revistas e suas identidades editoriais tomadas como objetos de pesquisa. A proposta é discutir, para além de dimensões propriamente jornalísticas, de que maneira os periódicos, ao longo de suas próprias durações, dialogam com contextos históricos e forjam sentidos para estes mesmos contextos. Tendo em vista a existência dessas tramas de determinação de um produto editorial em específico, problematiza-se sobre como certos conceitos permitem perguntar a respeito de matrizes de poder e discurso que constituem a produção de publicações jornalísticas.

Os mapas das mediações mereceram de Jean Silveira Rossi e Liliane Dutra Brignol um desenho de pesquisa. A partir da abordagem dos usos sociais das mídias, os autores exibem e refletem sobre as representações gráficas que

esquematizaram a construção teórico-metodológica de uma investigação com temática voltada às práticas de leitura. Eles desenham articulações entre as mediações das narrativas, identidades, ritualidades, socialidades e tecnicidades, observadas em cinco núcleos dos clubes de leitura Leia Mulheres, iniciativa brasileira que visibiliza escritoras mediante encontros para discussões coletivas de suas obras.

“Um match entre cartografia & estudos de tendências?” é o título do texto que busca aproximar criticamente as duas abordagens referidas. Realizado por Alessandro Felipe e Juliana Petermann, o texto é articulado em formato de ensaio teórico-metodológico, abordagem qualitativa, objetivos exploratórios e natureza básica. As aproximações verificadas entre ambas as metodologias versam sobre o acompanhamento de processos, a transformação do campo, a forma de produção de dados e a ida a campo sem certezas prévias.

A abordagem etnográfica no jornalismo midiático traz o estudo de experimentações no Brasil e na Suécia. Elaborado por Marcio Morrison Kaviski Marcellino e Ana Paula da Rosa traz um recorte reflexivo do percurso metodológico para realizar um processo etnográfico no campo da Comunicação. A etnografia enquanto metodologia científica é considerada a partir de três técnicas e métodos: diário de campo, observação participante e entrevistas. Como abordagem plural, na qual não há uma receita específica pré-definida, as observações e as ações de pesquisa devem partir justamente das questões que emergem dos objetos de pesquisa propostos.



Também a partir de uma abordagem etnográfica, Luiza Dias de Oliveira e Liliane Dutra Brignol aplicam, em um estudo de internet, o que denominam de roleta interseccional na pesquisa com influenciadoras digitais migrantes. Trata-se do percurso etnográfico de pesquisa sobre os usos de tecnologias digitais por mulheres migrantes brasileiras que atuam como influenciadoras digitais nos Estados Unidos. A partir da observação online de contas de sete mulheres, foram definidas seis categorias de análise: gênero, raça, classe, nacionalidade, status migratório e relacionamentos afetivos. As autoras trazem as percepções sobre gênero, classe e status migratório. Abordam o caminho de pesquisa, as negociações com as interlocutoras e as impressões sobre o campo a partir da perspectiva da roleta interseccional.

Amarinildo Osório de Souza e Juliana Petermann enfocam a pesquisa-ação na publicidade. Detidos no desenvolvimento de pesquisas que possuem foco no ensino, eles apresentam resultados iniciais de uma pesquisa, seus aspectos contextuais, protocolos, fases e contrapontos, bem como suas características diferenciadoras em relação à pesquisa participante e à observação participante. A partir de uma pesquisa no Banco de Teses e Dissertações da Capes, o capítulo relaciona trabalhos que tensionam sobre esse tipo de método aplicado ao contexto de pesquisas tendo como foco o ensino de publicidade. Os resultados revelaram poucos estudos sobre o objeto, apontando a necessidade do desenvolvimento de novos estudos não somente no ensino de publicidade, mas na comunicação.

A análise discursiva do ao vivo no telejornalismo mereceu de Vanessa Cristina Backes e Aline Roes Dalmolin um olhar sobre as articulações actanciais, espaciais e temporais. A linguagem do telejornalismo transforma-se de acordo com o ambiente midiático, considerando o contexto tecnológico, histórico, social, cultural e mercadológico de sua época. Em tempos de digitalização e conectividade, uma das adaptações emergentes na linguagem do telejornalismo brasileiro é a ascendente realização de vivos, principalmente em telejornais matinais, regionais e populares. O texto problematiza aspectos da entrada ao vivo e suas relações com o ambiente midiático contemporâneo, de modo a construir um protocolo metodológico pertinente às pesquisas sobre telejornalismo. Em uma proposição teórico-metodológica baseada na Semiótica Discursiva, propõe-se reflexões sobre articulações actanciais, espaciais e temporais nos vivos e a relação com tecnologias emergentes.

A análise textual de material audiovisual, no capítulo elaborado por Fabiana da Costa Pereira e Maria Ivete Trevisan Fossá se propõe a apresentar a metodologia referida quando aplicada em pesquisas qualitativas, que se utilizaram de estudos de caso. Não traz uma análise quantitativa da presença dos temas, figuras e ambientes, mas um olhar ao todo do material, que considera o funcionamento dos programas. As autoras apresentam dois estudos: um que analisou a programação de uma emissora de televisão comunitária e outro que analisou a programação de uma emissora de televisão

educativa. A apropriação da metodologia da análise textual permitiu observar as particularidades das programações das emissoras e os objetivos a que se propuseram.

“Do texto televisual à textualidade: um percurso teórico-metodológico” denomina-se o capítulo apresentado por Gabriel de Souza e por Elizabeth Bastos Duarte. O texto apresenta de forma resumida os resultados, em termos teóricos e metodológicos, de investigação desenvolvida no âmbito da tese de doutoramento intitulada “A reiteração do mito da qualidade: ações (auto)promocionais empreendidas por um conglomerado de mídia”, desenvolvida na perspectiva de uma Semiótica de inspiração europeia.

O estudo de capas plataformizadas registra uma abordagem metodológica para o estudo de capas jornalísticas que migram do contexto gráfico para o digital disposto em plataformas. Ada C. Machado da Silveira e Bruno Cordeiro dos Santos apresentam um conjunto de reflexões dedicadas a pensar sobre a possibilidade de ensinar o labor científico da investigação, registrando indagações e propondo procedimentos para a prática metodológica acadêmica. Persegue-se o estudo da lógica midiática em abrupta adaptação às plataformas digitais com vistas ao aprofundamento do que se entende como uma analítica da midiatização aplicada ao estudo de capas. São evidenciados procedimentos quantitativos e qualitativos e os passos considerados fundamentais para o estudo de capas de jornais ou de revistas a partir do uso de identidades sociais.

A classificação das fontes no jornalismo alternativo traz o percurso de pesquisa de fontes a coautores, texto apresentado por Alice Bianchini Pavanello e Márcia Franz Amaral. As autoras propõem uma reflexão sobre os limites à noção tradicional de fonte jornalística diante de uma profusão de arranjos produtivos que extrapolam o modelo de referência e a relação usual jornalista-fonte. Trata-se de uma abordagem metodológica que leva em consideração critérios específicos para a classificação de pessoas acionadas na configuração de reportagens em diferentes contextos. A discussão partiu da análise de como participam as mulheres afetadas pelo desastre do rompimento da barragem da Samarco, em Mariana, do jornal A Sirene. Esta pesquisa evidenciou a insuficiência metodológica de tratá-las como fontes conforme a tipologia usual. Propõem, ainda, a adoção das nomenclaturas “fonte coautora” e “fonte colaboradora” para abarcar a complexidade das relações entre agentes no processo produtivo jornalístico.

Apresentamos, ao final da obra, mini biografias das/os autoras/es, bem como um índice remissivo dos termos de enfoque metodológico e empírico mencionados nos textos.

Esperamos que este conjunto diversificado estimule os autores jovens no árduo caminho da investigação em Comunicação e Mídia. Por fim, desejamos a todos uma boa leitura.

Santa Maria-RS, num dia chuvoso de maio de 2024.

As organizadoras



UMA PERSPECTIVA SEMIÓTICA MATERIAL PODE (TALVEZ) AJUDAR A PENSAR O OBJETO EM CONTEXTO E FUGIR DO MUDIACENTRISMO

Mauricio de Souza Fanfa

Nos romances policiais, uma das principais habilidades do detetive é fazer a própria cena do crime falar como se fosse uma testemunha. O frade Guilherme de Baskerville explica a arte ao noviço Adso logo nas primeiras páginas de *O Nome da Rosa* (Eco, 1983, p.38): “Durante toda a viagem tenho te ensinado a reconhecer os traços com que nos fala o mundo como um grande livro”. Observando as marcas dos cascos de um cavalo na neve, os ramos dos pinheiros e os espinhos das amoreiras, o frade sabe dizer por qual caminho dirigiu-se o cavalo Brunello, que fugiu do celeiro. Esta é maneira escolhida pelo semiólogo Umberto Eco para comentar sobre como as coisas materiais são dignas de interpretação, ou seja, podem ser “lidas”.

David Moley (2009), em seu ensaio *Por um materialista, não-midiacêntrico, estudo da mídia*, denuncia o risco do midiacentrismo — o foco estreito nas tecnologias de informação e comunicação — e, para sua superação, sugere um novo paradigma nos estudos da mídia que considere tanto suas dimensões materiais quanto simbólicas. Em outro texto,

David Morley (2007), a partir da leitura de Latour, comenta sobre como a modernidade “deve ser tratada exatamente com o mesmo grau de ceticismo engajado que Lévi-Strauss teve no estudo das sociedades ameríndias do Brasil” (Morley, 2007, p. 318, tradução nossa).¹

O presente capítulo tem como objetivo apresentar breve contextualização acerca da perspectiva que alguns teóricos chamam — ainda que de maneira controversa — de semiótica material. Uma forma de pensar nossos objetos que visa ir até os materiais corriqueiros da modernidade com tal ceticismo engajado, estranhar o que vê, duvidar e questionar daquilo que pode parecer óbvio. Reconhecer aquilo que o mundo nos fala.

Primeiro, apresento a origem e definição da expressão semiótica material, uma postura metodológica que enfatiza a interação entre elementos materiais e simbólicos. Depois, discorro acerca da Teoria Ator-Rede (TAR), proposta de investigação sobre como agentes constroem suas relações. Na seção seguinte, descrevo a condição de termo guarda-chuva da expressão semiótica material.

Encerro o texto abordando quatro ideias para pesquisas que busquem bagunçar o semiótico e o material. Bagunça, aqui, está no sentido de *mess*, como abordado por John Law (2004). A bagunça 1 destaca a materialidade da comunicação e sua interação com a construção de sentido. A bagunça 2

¹ No original: “From Latour’s point of view, [...] [modernity] should be treated with exactly the same degree of engaged scepticism as Lévi-Strauss deployed in studying the Amerindian societies of Brazil.”

sugere explorar o conceito de *affordances* para entender a relação entre materialidade, usabilidade e agência dos objetos. A bagunça 3 apresenta sugestões para descrever os usos previstos e imaginados pelos designers dos objetos técnicos. Por fim, a bagunça 4 destaca a importância de construir nossos próprios mapas de pesquisa através da tomada de agência sobre a construção do método. Cada bagunça é acompanhada de questões para a reflexão sobre nossos objetos de estudo.

O presente trabalho apresenta textos elaborados ao longo de minhas pesquisas de mestrado e de doutorado. Diferentes trechos e rascunhos foram compilados de forma a construir um material didático e de divulgação da perspectiva semiótica material.

Origem e definição de semiótica material

A expressão “semiótica material” aparece primeiro em *Saberes localizados*, de Donna Haraway (1995). O termo é adjetivo para revelar o caráter dual de todos os corpos (e, por extensão, de todos os objetos e tecnologias). É um convite para uma interpretação mais ampla da tecnologia; para que tanto cientistas em geral quanto estudos dedicados a compreender a relação da ciência e da tecnologia com aspectos sociais, culturais e políticos — o campo de estudos de Ciência, Tecnologia e Sociedade (CTS) — reconheçam a ênfase em certos aspectos que, epistemologicamente, gerem uma cisão entre elementos materiais e simbólicos.

Quero traduzir as dimensões ideológicas ‘faticidade’ e ‘orgânico’ numa entidade desajeitada chamada ‘ator material-semiótico’. Este termo pesado tem a intenção de enfatizar o objeto de conhecimento como um eixo ativo, gerador de significado, do aparato da produção corporal, sem nunca implicar na presença imediata de tais objetos ou, o que dá na mesma, sua determinação final ou única do que pode contar como conhecimento objetivo numa conjuntura histórica específica. [...] os corpos como objetos de conhecimento são nódulos gerativos material semióticos. Suas fronteiras se materializam na interação social. Fronteiras são desenhadas através de práticas de mapeamento; ‘objetos’ não pré-existem enquanto tais. Objetos são projetos de fronteiras. (Haraway, 1995 [1988], p. 40)

Tal relação entre simbólico e material é uma heterogeneidade, tal qual humano e não-humano, entre outras. Aqui está o início do que mais tarde Bruno Latour defenderia como antropologia simétrica (Latour, 1994 [1991]). John Law (2009, 2019) opta por substantivar a expressão.

Para John Law (2009), não existe uma concisa teoria ator-rede, mas sim uma série de estudos com algumas coisas em comum, e que se entrelaçam com outras tradições intelectuais. Por isso, Law prefere o termo semiótica material, “essa expressão captura melhor a abertura, incerteza, revisibilidade, e diversidade dos trabalhos mais interessantes” (Law, 2009, p. 142)². Da semiótica tradicional, as semióticas

² No original: “[...], it is better to talk of ‘material semiotics’ rather than ‘actor network theory.’ This better catches the openness, uncertainty, revisability, and diversity of the most interesting work.”

materiais permitem-se emprestar algumas “ferramentas”, por exemplo, a influência de Greimas no trabalho de Bruno Latour (Latour, 2012, p. 87). A Teoria Ator-Rede é considerada por John Law (2009, 2019), apenas uma dentre as várias formas de semiótica material.

A expressão “semiótica”, aqui, é empregada no mesmo sentido que Bruno Latour e Madeleine Akrich utilizam em *Um sumário de um vocabulário conveniente para a semiótica de montagens entre humanos e não-humanos* (Akrich; Latour, 1992, tradução nossa do título).³ Akrich e Latour (1992) partem da noção de significado (“*meaning*”) que inclui noção de pretensão e meio (“*mean*”). Assim, nas palavras dela e dele, “semiótica é o estudo da construção da ordem ou da construção dos caminhos e pode ser aplicada a configurações, máquinas, corpos e linguagens de programação, assim como a textos” (Akrich, Latour, 1992, p. 259, tradução nossa).⁴

Em outros termos, a semiótica material pode ser pensada como uma expressão aglutinante para as reflexões teórico-metodológicas do campo de estudos de CTS. Os estudos de CTS — como explica John Law (2004, 2009) — são uma tradição de pesquisa que tem origem na sociologia da ciência, especialmente o trabalho de Thomas Kuhn (2013) e

³ No original: “*A Summary of a Convenient Vocabulary for the Semiotics of Human and Nonhuman Assemblies*”.

⁴ No original: “*semiotics is the study of order building or path building and may be applied to settings, machines, bodies, and programming languages as well as texts*”.

o Programa Forte em Sociologia do Conhecimento. John Law (2019) descreve a semiótica material assim:

Semiótica material é um conjunto de ferramentas e sensibilidades para explorar como práticas no mundo social são tecidas com fios que formam tramas que são simultaneamente semióticas (pois são relacionais e/ou carregam sentido) e materiais (pois são sobre as coisas físicas capturadas e moldadas em tais relações). (Law, 2019, p. 1)

Ao invés de uma hiperespecialização em um aspecto do objeto estudado, os estudos de CTS assumem o compromisso de estudar e circular entre seus múltiplos aspectos, pois os detalhes sobre como a tecnologia é construída e de que forma ela opera podem estar em múltiplas instâncias de tudo aquilo que o pesquisador considera.

Como os estudos de CTS têm como objeto de pesquisa, com frequência, laboratórios, fábricas, hospitais, fazendas e afins, a relação entre pessoas, objetos técnicos, habilidades técnicas etc. rapidamente se tornou muito relevante. Tais relações John Law (2009, 2019) e outros pesquisadores chamam de associações heterogêneas.

Não há, nos estudos de CTS, condições de definir o campo de pesquisa ou o *corpus* como algo isolado, pois os dados relevantes para a pesquisa aparecem de maneiras inesperadas na heterogeneidade entre o semiótico e o material. Agregam-se perspectivas metodológicas sensíveis às hete-

rogeneidades daquilo que é tornado semiótico-material, ou seja, o agregado de aspectos sociais, econômicos, históricos, geográficos, comunicacionais etc.

Em tal sentido, a expressão semiótica material pode ser pensada de maneira análoga à expressão biopsicossocial. Tem função principalmente retórica, reúne diferentes palavras em uma única expressão para defender que estão vinculadas. Descrevem uma perspectiva, no caso, uma abordagem multifatorial.

Teoria Ator-Rede

Em linhas gerais, a teoria ator-rede (Latour, 2012; Law, 2009) se trata de um esforço metodológico para rastrear as relações, internas e externas, entre as coisas e as pessoas. Uma ontologia, uma abordagem, ou uma teoria metodológica, entre outras denominações. As associações entre atores — ou actantes, ou agentes, ou mediantes, entre outros termos — são entendidas como ator-redes — ou assemblagens, ou caixas-pretas, ou objetos, ou malhas, às vezes estudos de caso, enfim: qualquer objeto de pesquisa investigado através de suas associações. Enquanto a sociologia se preocupa com os “por quês”, a TAR se preocupa com os “comos” (Law, 2009, p. 148). Para John Law (2009, p. 146, tradução nossa),⁵ a TAR pode ser entendida “como uma tradução empírica particular do pós-estruturalismo” por ter suas influências em pensa-

⁵ No original: “[...] it is helpful to see actor network theory as a particular empirical translation of poststructuralism”.

dores como Foucault e Deleuze. Além disso, é entendida como uma forma de semiótica: faz uso de algumas de suas ferramentas e expressões (Akrich; Latour, 1992) e preocupa-se com o “significado” das associações entre atores heterogêneos: não apenas as pessoas (o “social”), nem apenas os textos (o “textual”), mas também coisas, locais, etc.

Segundo Bruno Latour (1994), as “vertentes semióticas” concentraram-se em compreender o que se encontra entre a natureza e a sociedade: a linguagem. No entanto, acabaram por desenvolver um arcabouço teórico com capacidade analítica apenas para esse tema, negligenciando ambos os polos da relação. Latour (1994) avalia que a semiótica é incapaz de acompanhar os híbridos.

A Teoria Ator-Rede supõe a ideia de que tudo aquilo que é estudado é um ator relacionado a outros atores, ligados em uma rede heterogênea. A ideia de rede evoca, justamente, correlações. Em Teoria Ator-Rede não há começo ou fim, causa ou efeito, apenas associações.

John Law (2009, 2019) argumenta que o estudo das associações heterogêneas é justamente compreender como coisas, objetos, práticas, documentos, costumes, ordens e tecnologias associam-se para produzir outras coisas, como no conceito de Teoria Ator-Rede. Por se tratarem de coisas materiais, são caracterizadas por uma certa relação entre a fluidez e a solidez e tudo aquilo que é possível construir a partir de tais coisas.

O não-humano, para a Teoria Ator-Rede de Bruno Latour (2012), está relacionado à noção de que objetos têm agência. Em rede, um objeto age como ator e faz parte ativamente de uma relação com outros, que por sua vez agem congruente com a presença dele. Ou seja, não se trata, aqui, de que objetos determinem a ação humana, mas de reconhecer que eles fazem parte da ação da rede como um todo.

A título de ilustração, podemos considerar a reflexão de Bruno Latour no livro *Pandora's Hope* (1999, p. 176 - 178) a partir do *slogan* da Associação Nacional de Rifles da América: “Armas não matam pessoas, pessoas matam pessoas”. A argumentação segue o seguinte raciocínio: uma coisa é a arma, outra coisa é a pessoa, e uma terceira coisa é a pessoa que segura uma arma. A arma, obviamente, é incapaz de atirar sozinha, mas a pessoa também é incapaz de atirar sem a arma. A única entidade capaz de atirar e matar é a pessoa-segurando-uma-arma: um terceiro tipo de coisa. Ao mesmo tempo, a arma é condicionada pela presença da pessoa, e a pessoa é condicionada pela presença da arma. A pessoa segurando a arma é agora uma coisa só, com características específicas. Latour entende isso como uma “sociologia das associações”, ou Teoria Ator-Rede.

A compreensão de Richie Nimmo (2011) sobre a TAR, por exemplo, pode esclarecer alguns aspectos: para o autor, a TAR é uma sensibilidade destinada à ultrapassagem das abordagens convencionais na análise da dinâmica social, especialmente a superação da divisão moderna entre humano

e não-humano. No entanto, como construir uma sensibilidade TAR quando o material empírico do estudo é produzido por humanos para humanos, como os textos históricos sobre a produção do leite estudados por Nimmo (2011)? A partir desse exemplo, o autor discorre sobre como estudar textos sob a TAR e elabora que a construção de uma metodologia de pesquisa deve amalgamar princípios historiográficos, crítica de fontes e análise de discurso crítico. Tal metodologia deve permanecer sensível às agências históricas dos documentos e às redes de interação humano-não-humano por eles mediadas. Para Nimmo (2011), quem pesquisa deve se comportar como um “etnógrafo do texto” e reconhecer sua função essencial na construção e mediação de configurações históricas e sociais.

Um dos primeiros estudos considerados como TAR é outro bom exemplo. John Law, no ensaio *Sobre os Métodos de Controle a Longas Distâncias: Navios, Navegação e a Rota Portuguesa para a Índia* (1984, tradução nossa do título), argumenta que os métodos de controle à distância dependem da criação e manutenção de uma rede de humanos — autoridades imperiais, navegadores, marinheiros, entre outros — e não-humanos — caravelas, astrolábios, tabelas astronômicas, mapas, portos. “O arranjo de materiais que faz com que um pequeno número de pessoas em Lisboa influenciem eventos por todo o mundo” (Law, 1984, p. 235).⁶ As redes são

⁶ No original: “how to arrange matters so that a small number of people in Lisbon might influence events half-way round the world”.

caracterizadas por manterem sua durabilidade, força e fidelidade. Por incluir tanto pessoas quanto materiais, inventos, documentos, entre outros (“humanos” e “não-humanos”), é chamada de heterogênea. Assim como a pessoa sem arma não é a mesma que a pessoa com a arma, o império português só foi império por ter se dedicado-se a montar a rede.

Tal pensamento não é muito diferente do que Hepp (2014) e Couldry e Hepp (2016) chamam de “configurações comunicativas”, seguindo o raciocínio de Norbert Elias, em que o conceito de “configurações” remete a redes de indivíduos que constituem entidades sociais maiores.

Semiótica material é um termo guarda-chuva

John Law (2009, 2019), ao falar sobre a semiótica material, usa o termo *material semiotics*, no plural. O plural *semiotics* é comum no inglês e salienta a diversidade de perspectivas, no entanto, *semióticas* é incomum na língua portuguesa. A própria expressão, na nossa língua e tradição, mesmo no singular, já pressupõe certa diversidade.

A semiótica material (ou semióticas materiais) é deliberadamente um termo guarda-chuva, empregado com caráter inclusivo. A abertura do termo contrasta com a centralização que textos prescritivos da TAR adquiriram, como *Reagregando o social*, de Latour (2012).

Uma maneira útil de pensar sobre as semióticas materiais é entender tais abordagens como uma tradição

teórico-metodológica à parte, derivada da sociologia, da antropologia, entre outras. No entanto, por sua característica heterogênea, os objetos não-humanos da tecnologia, da natureza, entre outros, requerem uma abordagem interdisciplinar e multimetodológica.

A partir de tal necessidade, as semióticas materiais sedimentam-se como uma maneira de garantir o rigor em diferentes formas e sensibilidades científicas na interdisciplinaridade e na multimetodologia. Por tal motivo, essas dedicam especial atenção à capacidade descritiva, argumentativa e analítica do estudo.

Coisas diferentes (ou heterogêneas), que se arranjam de tal forma que funcionem de uma ou de outra maneira, e o estudo de tal arranjo (ou assemblagem), pode trazer dados interessantes para o objetivo de uma pesquisa.

No caso do estudo da infraestrutura, por exemplo, certas relações heterogêneas devem ser consideradas. Tal terreno não suporta o peso de uma antena pois é muito arenoso. A empresa argumenta que tal região da cidade tem mais antenas pois tem prédios mais altos, o que diminui o custo de instalação. A prefeitura não pretende substituir os postes de madeira por postes de cimento, capazes de segurar mais cabos, pois o fornecimento de cimento está interrompido. O preço do metro do cabo está caro devido ao preço do dólar. As semióticas materiais aceitam o desafio de abarcar tal heterogeneidade.

Bagunça 1: um passo atrás, para ver a materialidade no contexto

O midiacentrismo acredita que a comunicação ocupa algum tipo de lugar central no fenômeno estudado e, ao focar na mídia, ignora a complexidade do tema. Para compreender o lugar da mídia, devemos considerar a materialidade da comunicação em seu contexto.

A opção por uma perspectiva semiótica-material converge em direção a outras perspectivas neomaterialistas e sua adoção no presente trabalho insere-se na chamada virada não-humana na comunicação (Salgado, 2018). A argumentação sobre a materialidade da comunicação aparece também em Couldry e Hepp (2016) sob a expressão “fenomenologia materialista”. Os autores desenvolvem tal compreensão para seu estudo da construção social como uma construção mediada (“*mediated*”), um estudo que requer uma fenomenologia do mundo social, no trabalho dos autores, calcada no materialismo cultural de Raymond Williams.

O uso do termo “materialidade” por Couldry e Hepp (2016) se refere a “considerar mídia tanto como tecnologias e infraestruturas quanto como processos de construção de sentido” (Couldry; Hepp, 2016, loc. 249, tradução nossa)⁷ —

⁷ No original: “[...] to consider media both as technologies including infrastructures and as processes of sense-making”.

aqui, mais uma vez, a relação entre materialidade e sentido. As implicações de tal compreensão dos autores servem à noção de uma mediação profunda.

“A primeira regra e a mais fundamental é considerar os fatos sociais como coisas” - assim Durkheim (2007, p. 15) busca fundamentar a cientificidade de seu método sociológico. Sua intenção metodológica principal é diferenciar o objeto da sociologia daqueles da biologia, da psicologia e de outras tradições de estudo. Encontramos uma inversão radical de tal compreensão no pensamento de Eduardo Vizer (2003):

Talvez devêssemos tentar “pôr de ponta cabeça” a proposta — positivista — de Durkheim, e inverter os termos de sua famosa tese: “considerar os fatos sociais como coisas”. Porque não tentar a proposição contrária: considerar as coisas como fatos sociais, como “construtos” sociais? (Vizer, 2003, p. 26, tradução nossa).⁸

Trata-se de uma reflexão sobre o caráter da empiria, uma busca por “objetivar o próprio objetivador”. No entanto, Vizer (2003) inicia aqui uma reflexão acerca da presença de “sujeitos” nas coisas, e das coisas em nossa “sujeição”, “a ‘construção sociotécnica’ da realidade humana” (Vizer, 2003, p. 343, tradução nossa).⁹ Assim Vizer (2003) também trata

⁸ No original: “*Tal vez debamos intentar ‘poner de cabeza’ la propuesta – positivista – de Durkheim, e invertir los términos de su famosa tesis: ‘considerar los hechos sociales como cosas’. Porqué no intentar la proposición contraria: considerar las cosas como hechos sociales, como ‘constructos’ sociales?*”

⁹ No original: “*La ‘construcción sociotécnica’ de la realidad humana.*”

a cultura como “uma ‘topologia’ de objetos produzidos pelo homem” (Vizer, 2003, p. 344, tradução nossa).¹⁰

Tal compreensão aparece também mais tarde, nos textos *Notas para una ontología de la comunicación* (Vizer, 2018). Para a reflexão ontológica da comunicação, Vizer (2018) sugere pensar na associação entre a construção de sentido — imaterial — com o tempo e o espaço da comunicação: “tempo, espaço e sentido articulados assim em uma equação de natureza ontológica” (Vizer, 2018, p. 565, tradução nossa).¹¹ Temos, então, a comunicação como um processo social sujeito ao que Vizer (2018) trata como topologia, o que inclui investigar suas materialidades.

A ideia de dar um passo atrás para ver a materialidade no contexto envolve perceber que nossos objetos de estudo nunca são esféricos e isolados no vácuo, ou seja, não devem ser pensados de forma desassociada ou pura. Uma série de televisão é também serviço de *streaming*, sofá, maratona de episódios, discussões sobre a trama, trabalho de equipe de artistas e técnicos, contratos de emprego, de produção, de distribuição, greve de roteiristas, algoritmo de recomendação, servidor de Internet, energia elétrica. São inúmeras as questões a nos atentarmos.

¹⁰ No original: “Una ‘topología’ de objetos producidos por el hombre.”

¹¹ No original: “Tiempo, espacio y sentido articulados así en una ecuación de naturaleza ontológica.”

Um livro é tanto a literatura em si quanto o custo do papel, o trabalho do capista, do diagramador, do revisor, e o significado social de ter aquele livro na estante ou de carregá-lo nos braços. Uma notícia pode ser um pedaço de papel no colo de um pai de família ou ser um *link* no feed de recomendações. Por aí vai.

Quais são os contextos nos quais o objeto empírico existe, materialmente? Onde ele é encontrado? Como ele se relaciona com as pessoas, animais e outros seres vivos ao seu redor? Como ele se relaciona com outros objetos? Em que situação a presença dele pode ser um problema? E um alívio? O que a presença dele sugere? O que a posse dele sugere? Quem pode comprá-lo? Quem pode fabricá-lo? Quais materiais são utilizados para produzi-lo?

Bagunça 2: identificar affordances, o que podemos fazer com o objeto e como

O que entendemos por “materialidade” do *design* — a comunicação ocupando espaço — aparece quando James Gibson (2014), teórico muito presente nos estudos da psicologia e do *design*, fala em “*affordances*”. Essa palavra tornou-se bastante presente nas pesquisas recentes em comunicação, especialmente naquelas que se propõem a tratar de *design*. Em termos comuns, trata-se dos indícios que o *design* tem para nos convidar a um uso determinado.

“As *affordances* do ambiente são o que ele oferece ao animal, o que provê ou fornece, seja para o bem ou para o mau”

(Gibson, 2014, p. 119, tradução nossa).¹² O termo normalmente aparece na forma estrangeira, por isso decidimos mantê-la assim em nosso texto, mas uma boa tradução seria “permissões”. A melhor tradução para o verbo “*affords*”, da língua inglesa, é “prover”, no sentido de providenciar, ou dispor.

O ambiente, nos termos de Gibson (2014), primeiro é percebido em termos de superfícies. Depois, em termos de *affordances* dos objetos que o ocupam. Uma árvore, por exemplo, pode servir de abrigo a um animal, e é percebida em tal sentido. “Um objeto rígido com um ângulo agudo e afiado, uma ponta, permite [“*affords*”] cortar e raspar; é uma faca” (p. 125).¹³ A relação entre usabilidade é tanto permitida quanto limitada pelas *affordances*.

Na avenida Roraima, acesso ao *campus* sede da UFSM, onde a faixa de pedestres encontra o canteiro central, existe uma estrutura que serve para que o pedestre não atravesse a via correndo. Tal tipo de estrutura chama-se “chicane”, e é um ótimo exemplo de *affordance*. O fluxo de carros limita a travessia do pedestre. A faixa de listras brancas permite (*affords*) que se tente atravessar. Porém, atravessar as duas vias de uma só vez é perigoso, então o responsável pelo projeto implementou uma *affordance* que dificulta que a pessoa atravesse correndo - o chicane -, e o obriga a diminuir a velocidade no canteiro central.

¹² No original: “*The affordances of the environment are what it offers the animal, what it provides or furnishes, either for good or ill*”, grifos do autor.

¹³ No original: “*A rigid object with a sharp dihedral angle, an edge, affords cutting and scraping; it is a knife.*”

Tal perspectiva dialoga muito bem com a ideia de que objetos têm agência: as *affordances* parecem, em um primeiro momento, uma das maneiras que os objetos agem. O conceito é útil aqui, em nosso capítulo metodológico, pois elas são facilmente observáveis, podem ser tratadas como dados, e são mais ou menos categorizáveis. Tornam, então, mais óbvia a nossa relação entre materialidade e usabilidade e sobre a agência dos objetos. A expressão não se limita ao *design* dos objetos criados por humanos: uma pedra, por exemplo, tem a *affordance* que permite que seja arremessada no lago.

No entanto, é nos estudos sobre *design* que o conceito tem mais potência analítica: cada *affordance* é fruto da intenção (às vezes da negligência) de outros atores, no caso do *design*, normalmente, de atores humanos. Nos termos da TAR, a relação entre a *affordance* e os atores humanos pode ser rastreada, observada, interpretada e levar a outros atores.

A ideia de *affordances* é um dos pontos na argumentação de Hjarvard (2012) sobre como os meios de comunicação são capazes de prover mudanças sociais e culturais. Para as teorias da midiaticização, entende-se “os meios de comunicação como tecnologias, das quais cada uma possui um conjunto de *affordances* que facilitam, limitam e estruturam a comunicação e a ação” (Hjarvard, 2012, p. 76). A tecnologia do rádio permite ouvir música erudita para além dos espaços das elites e dos concertos ao vivo, parafraseando um caso paradigmático para as ciências da comunicação.

O que é possível fazer a partir do objeto? Por qual motivo tal ação é possível? Como essa possibilidade é percebida? Quais ações são sugeridas e quais são coibidas? Como as ações indesejadas são coibidas? De quem é o interesse em incentivar a ação sugerida? De quem é o interesse em restringir a ação coibida? Quais são as características que permitem as ações?

Bagunça 3: descrever o objeto técnico e seus usos

Madeleine Akrich faz parte do grupo de intelectuais que circularam entre os estudos de construção social da tecnologia e os primeiros trabalhos em Teoria Ator-Rede, nos anos 90. Em *The De-Scripton of Technical Objects* (Akrich, 1992), ela defende um dos primeiros programas metodológicos para a compreensão dos objetos técnicos que leva em consideração o viés dos *designers*, ao menos dentro do campo de estudos da construção social da tecnologia.

Para Akrich (1992), toda invenção ou objeto técnico tem seu *script*, seu roteiro, imaginado pela inventora ou inventor responsável. “Como um roteiro de filme, objetos técnicos definem um enquadramento de ações com os atores e o espaço em que eles agem” (Akrich, 1992, p. 208, tradução nossa), ou seja, os objetos trazem inscritos (“*inscripted*”) em si os modos de uso idealizados por quem os criou.¹⁴ O *script* é resultado da tentativa de predeterminar o cenário em que uma tecnologia será utilizada.

¹⁴ No original: “Like a film script, technical objects define a framework of action together with the actors and the space in which they are supposed to act.”

Por tal razão, Akrich (1992) entende que “novas tecnologias não apenas levam a novas combinações entre pessoas e coisas. Elas podem, além disso, gerar e ‘naturalizar’ novas formas e ordens de causalidade e, de fato, novas formas de conhecimento sobre o mundo” (Akrich, 1992, p. 207, tradução nossa).¹⁵ Tal compreensão é um dos princípios da argumentação que aparece mais tarde na teoria ator-rede, de que “objetos têm agência”.

Metodologicamente, Akrich (1992) propõe a noção de “*de-scriptio*” dos objetos técnicos. *De-scriptio*, com hífen, é um jogo de palavras com “des-roteirização” — desmontar o *script* imaginado no processo de *design*, uma espécie de engenharia reversa dos aspectos sociais dos objetos técnicos — e “descrição” — o próprio ato, acadêmico, de descrever em texto os objetos. Daí a importância dada, mais tarde, ao texto e à textualidade na teoria ator-rede.

Descrever/desroteirizar/*de-script* é, então, realizar “o inventário e análise dos mecanismos que permitem a relação entre forma e significado constituída por e constitutiva dos objetos técnicos para virem a ser” (Akrich, 1992, p. 209, tradução nossa).¹⁶ Para isso, Akrich (1992) propõe que se

¹⁵ No original: “New technologies may not only lead to new arrangements of people and things. They may, in addition, generate and “naturalize” new forms and orders of causality and, indeed, new forms of knowledge about the world.”

¹⁶ No original: “the inventory and analysis of the mechanisms that allow the relation between a form and a meaning constituted by and constitutive of the technical object to come into being.”

leve em consideração tanto quem fez o *design* quanto quem o utiliza, inclusive a usuária ou o usuário imaginado pelo *script*. Segundo a autora, a análise deve mover-se entre as questões técnicas e as questões sociais, e também entre o interior e o exterior dos objetos técnicos (Akrich, 1992, p. 209).

Em que contexto o objeto costuma ser encontrado? O que alguém faz com ele? Como ele é usado normalmente? Como ele é usado de outras formas? Que diferença ele faz para quem usa e para os outros? Como ele é produzido, como ele circula e como é descartado? Como descrever tais ações?

Bagunça 4: combine técnicas de pesquisa

Em *Aniquilação*, ficção científica de Jeff Vandermeer (2014), a personagem principal, uma bióloga, é convocada para participar de uma missão militar de exploração em um território hostil, de natureza mutante. Enganada pelo comando da missão, ela logo nota que não pode confiar nas informações que recebe e reflete sobre o mapa da área:

O mapa [que recebemos] foi a primeira forma de desinformação, pois o que é um mapa senão uma maneira de enfatizar certas coisas e tornar outras visíveis? Sempre éramos mandadas de volta ao mapa, para memorizar seus detalhes. (Vandermeer, 2014, p. 69).

John Law (2004) critica as metodologias normativas que enfatizam certos aspectos e ignoram outros. Opções metodológicas, quando feitas de maneira irrefletida, geram distorções causadas pelos enfoques propostos. Devemos descobrir como construir nós mesmos os mapas de nossa pesquisa.

Vale ressaltar que tal perspectiva não é exclusiva da semiótica material ou de John Law (2004). Na verdade, toda reflexão teórico-metodológica inclui preocupação com aquilo que inclui ou exclui. Não há neutralidade no método. Por exemplo, para Maria Immacolata de Lopes (2003, p. 132), “longe de constituir uma forma neutra e controlada de elaboração de dados, as técnicas de coleta e de seleção supõem um conjunto de retenções e de exclusões, as quais são tanto mais perniciosas quanto mais permanecem inconscientes”.

Law (2004) argumenta em favor de um alargamento do método que o autor chama de montagem do método (*method assemblage*). Quando engajamos nesse processo, tomamos agência sobre a construção do método e assim estamos mais preparados para lidar com as subjetividades do processo de pesquisa.

Para tomar agência sobre a montagem de método, de acordo com Law (2004), devemos levar em consideração três elementos: aquilo que é presente (o que é estudado); aquilo que, ausente, se manifesta (o que é possível inferir a partir do que é estudado); e o que é deixado de fora pelo método, ao que o autor se refere como *otherness*.

Segundo Law (2004), todo método de pesquisa tradicional, normativo, já tem estes três elementos definidos canonicamente, *a priori*. O chamado é para que pensemos e tomemos agência sobre isso na pesquisa, e não deixar que métodos normativos escolham o que vamos estudar

(presente), o que vamos descobrir (ausente, que se manifesta) e o que vamos deixar de fora (*otherness*).

A perspectiva semiótica material argumenta que devemos compreender plenamente aquilo que é heterogêneo. Para tal, devemos dar atenção especial ao que Maria Immacolata de Lopes (2003) chama de instância metódica de nossos trabalhos.

Defender uma combinação de diferentes técnicas, quantitativas (questionário, análise quantitativa de conteúdo, amostragem) e qualitativas (entrevistas, observação participante, análise qualitativa de conteúdo), é reconhecer, ao lado das vantagens metodológicas de cada uma, seus limites epistemológicos. (Lopes, 2003, p. 133).

John Law (2004) destaca, dos estudos de Ciência, Tecnologia e Sociedade, seu tradicional esforço por não delimitar o empírico de maneira rígida. Diferentes fontes de dados empíricos se tratam de diferentes objetos empíricos que, por sua vez, exigem diferentes formas de aproximação e método ou técnica de coleta ou análise.

Para a semiótica material, a metodologia de pesquisa não se trata de escolher uma ferramenta em uma caixa de ferramentas, mas de construir uma ferramenta para uma tarefa específica. Tal construção de ferramentas, a montagem do método, envolve a instância metódica da pesquisa de maneira aprofundada, consciente e, especialmente, responsável. A semiótica material nos convida a uma prática flexível de pesquisa, mas rígida quanto à responsabilidade. A montagem

do método deve envolver uma postura franca, detalhada e coesa da abordagem proposta.

Quais são as formas que este objeto e as relações que se desdobram a partir dele se materializam empiricamente e como elas podem ser estudadas? Quais documentos são produzidos, quais dados podem ser coletados ou quais relatórios podem ser escritos sobre tal objeto? Como descrever as formas para lidar com tais dados? Como explicar o que se entende deles e apresentar os detalhes necessários para o argumento? O que deixa de fora, ao tomar tais decisões? O que se enfatiza? O que se torna visível?

Considerações finais

É importante ressaltar que tal perspectiva semiótica material não se trata de uma metodologia com pretensão canônica, não propõe procedimentos metodológicos estritos, não é programática, enfim, não existe forma correta de performá-la. Estende-se, aqui, a noção apresentada por John Law (2004), de que a Teoria Ator-Rede deve ser pensada como um conjunto de ferramentas intelectuais, ou talvez uma sensibilidade distinta. A semiótica material é, em tal sentido, um conjunto de percepções acerca da heterogeneidade dos objetos ditos como modernos e sobre seus processos de constituição.

Podemos, a partir da literatura supracitada, afirmar que a heterogeneidade de um determinado objeto empírico se torna objeto de estudo justamente na percepção do fato de tal objeto ser, em verdade, constituído por instâncias que a

divisão moderna produziu como contraditórias — por exemplo: natureza e cultura, humano e não-humano, sujeito e objeto, local e global, material e simbólico, corpo e mente etc. Aplicar uma perspectiva semiótica material envolve perceber a construção de tais divisões e as reentrelaçar em nossas formas de descrever o mundo.

Referências

AKRICH, M. LATOUR, B. A Summary of a Convenient Vocabulary for the Semiotics of Human and Nonhuman Assemblies. *In*: BIJKER, W. E.; LAW, J. **Shaping Technology / Building Society**: Studies in Sociotechnical Change. Cambridge: The MIT Press, 1992. p. 259-264.

AKRICH, M. The De-Description of Technical Objects. *In*: BIJKER, W. E.; LAW, J. **Shaping Technology / Building Society**: Studies in Sociotechnical Change. Cambridge: The MIT Press, 1992. p. 205-224.

COULDRY, N.; HEPP, A. **The Mediated Construction of Reality**. Cambridge: John Wiley & Sons, 2016.

DURKHEIM, É. **As regras do método sociológico**. São Paulo: Martins Fontes, 2007.

ECO, U. **O nome da rosa**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1983.

GIBSON, J. J. **The Ecological Approach to Visual Perception**. Nova York: Psychology Press, 2014.

HARAWAY, D. Saberes localizados: a questão da ciência para o feminismo e o privilégio da perspectiva parcial. **Cadernos Pagu**, n. 5, p. 7-41, 1995. Disponível em: <https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/cadpagu/article/view/1773>.

HEPP, A. As configurações comunicativas de mundos mediatizados: pesquisa da mediação na era da “mediação de tudo”. **Matrizes**, São Paulo, v. 8, n. 1, 2014. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v8i1p45-64>.

- HJARVARD, S. Mídiação: teorizando a mídia como agente de mudança social e cultural. **Matrizes**, São Paulo, v. 5, n. 2, p. 53—91, 2012. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v5i2p53-91>.
- KUHN, T. S. **A estrutura das revoluções científicas**. São Paulo: Perspectiva, 2013.
- LATOUR, B. **Pandora's Hope: Essays on the Reality of Science Studies**. 1. ed. Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press, 1999.
- LATOUR, B. **Jamais fomos modernos: ensaio de antropologia simétrica**. Rio de Janeiro: Editora 34, 1994.
- LATOUR, B. **Reagregando o social: uma introdução à Teoria do Ator-Rede**. Salvador: EDUFBA, 2012.
- LAW, J. Actor Network Theory and Material Semiotics. In: TURNER, B. S. **The New Blackwell Companion to Social Theory**. Hoboken, Nova Jersey: John Wiley & Sons, 2009.
- LAW, J. **After Method: Mess in Social Science Research**. Nova York: Routledge, 2004.
- LAW, J. **Material Semiotics**. Guovdageaidnu: auto-publicado, 2019. Disponível em: <http://heterogeneities.net/publications/Law2019MaterialSemiotics.pdf>.
- LAW, J. On the Methods of Long-Distance Control: Vessels, Navigation and the Portuguese Route to India. **The Sociological Review**, v. 32, n. 1, p. 234—263, 1984. Disponível em: <https://doi.org/10.1111/j.1467-954X.1984.tb00114.x>. Acesso em: 31 jan. 2019.
- LOPES, M. I. V. **Pesquisa em comunicação**. São Paulo: Loyola, 2003.
- MORLEY, D. For a Materialist, Non-Media-centric Media Studies. **Television & New Media**, v. 10, n. 1, p. 114—116, 2009. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/1527476408327173>.
- MORLEY, D. **Media, modernity and technology: the geography of the new**. New York: Routledge, 2007.
- NIMMO, R. Actor-Network Theory and Methodology: Social Research in a More-Than-Human World. **Methodological Innovations Online**, v. 6, p. 108—119, 2011. Disponível em: <https://doi.org/10.4256/mio.2011.010>

SALGADO, T. B. P. A Virada Não Humana na Comunicação: contribuições da Teoria Ator-Rede e da Ontologia Orientada aos Objetos. **Revista ECO-Pós**, v. 21, n. 2, p. 171–191, 20 set. 2018.

VANDERMEER, J. **Aniquilação**. Rio de Janeiro: Editora Intrínseca, 2014.

VIZER, E. A. **La trama (in)visible de la vida social**: comunicación, sentido y realidad. Buenos Aires: La Crujía Ediciones, 2003.

VIZER, E. A. Notas para una ontología de la comunicación II: sobre las “Materialidades de la comunicación”. **Palabra Clave - Revista de Comunicación**, v. 21, n. 2, p. 551—592, 2018. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.5294/pa-cla.2018.21.2.12>.



MATIZES DO CAMPO DA COMUNICAÇÃO

**Gustavo David Araujo Freire
Maria Ivete Trevisan Fossá**

Não é de hoje que provocações sobre a constituição do Campo da Comunicação emergem e perfazem discussões entre aqueles situados, sobretudo, no subcampo científico - ao qual as reflexões deste trabalho se debruçam – isto é, práticas de produção de conhecimento de cunho teórico e aplicado por meio da construção de objetos, metodologias e teorias (Lopes, 2000/2001). Está em questão a confluência para o reconhecimento da comunicação como ciência autônoma. Ou, em sentido contrário, o posicionamento que converge para o enfraquecimento da busca por uma disciplinarização, colocando em pauta a sua interdisciplinaridade e transdisciplinaridade.

A problemática recai sobre as demarcações acadêmicas que perfazem o Campo da Comunicação e que, para além de uma questão epistemológica, trata-se de movimentações políticas e institucionais entre os que fazem a área. Junto a isso, cada teoria apresenta um programa de estudo cuja perspectiva atende aos domínios de produção, circulação e recepção da mídia. A aderência a uma ou a outro domínio não



impede de se tecer uma “costura” teórica e metodológica, considerando a possibilidade de configuração interdisciplinar do campo e suas interfaces.

No tocante ao mote da identidade do campo, a concepção acerca do objeto da comunicação (sem deixar de lado o método) compreende critério substancial disciplinar de cientificidade. Sumariamente, os movimentos se fazem em dois sentidos opostos: um que visualiza o objeto da comunicação como algo inapreensível em decorrência de sua amplitude, e outro que defende que o objeto deve ser recortado a partir de ângulos identificadores da área. A natureza desses posicionamentos tem por base a abertura e o fechamento do objeto da comunicação, respectivamente.

Face ao exposto, este artigo tem por objetivo problematizar a constituição do Campo da Comunicação diante da discussão de sua disciplinarização. Nesse sentido, busca-se, num primeiro momento, refletir sobre o espaço científico da comunicação - um lugar caracterizado pelas lutas entre os agentes. E, num segundo momento, discorrer acerca das contribuições do Funcionalismo, do Estruturalismo, da Escola de Toronto e da Teoria Crítica para o desenvolvimento dos estudos em comunicação. Soma-se, ainda, “vozes” de pesquisadores como José Marques de Melo e de instituições como a Intercom à discussão. Como resultante, a última seção visa situar a comunicação não como um lugar e nem como um não lugar, mas um entre-lugar ao tomar o Cubo de Rubik como metáfora para se pensar as movimentações do pesquisador



ao se debruçar sobre um dado objeto, levando em consideração o enfoque comunicacional.

Uma reflexão sobre a constituição do científico no campo da comunicação

Eu não queria ter de entrar nesta ordem arriscada do discurso; não queria ter de me haver com o que tem de categórico e decisivo; gostaria que fosse ao meu redor como uma transparência calma, profunda, indefinidamente aberta, em que os outros respondessem à minha expectativa, e de onde as verdades se elevassem, uma a uma; eu não teria senão de me deixar levar, nela e por ela, como um destroço feliz (Foucault, 1996, p. 7).

No que concerne à área que estuda os aspectos sociais do mundo humano, a comunicação possui pouco prestígio acadêmico no Brasil, assumindo um posicionamento periférico dado o seu *status* científico – por fazer, para muitos, pseudociência, haja vista, passado meio século das pesquisas no país, não ter definido claramente seu objeto. Mais. Está à margem de uma área periférica quando se compara as ciências sociais às ciências da natureza, segundo preceitos positivistas. O problema, de acordo com José Marques de Melo (2012), está no fato do campo ainda não possuir identidade própria e a questão se faz mais de ordem taxonômica do que teórica, reconhecendo que não há avanços significativos no âmbito da teoria da comunicação.

Definir o objeto para quê? Por quem? Por quê? Dentre muitas questões, requer situar a problemática no campo das lutas simbólicas configuradas entre os que fazem o Campo da



Comunicação, além das lutas estabelecidas deste para com os outros campos das ciências sociais que carregam consigo o legítimo estatuto de ciência. A comunicação, diferentemente de campos mais tradicionais do conhecimento – como a Antropologia, a Psicologia – enquanto campo de estudos, ganha contorno no início do século XX, e se faz a partir da composição teórica e metodológica de outras ciências – inicialmente da sociologia e, depois, muito intensamente da linguística (mas não somente) para a elaboração de estudos semióticos – e/ou disciplinas. Trata-se de um campo atravessado por outras ciências na medida em que a complexidade do fenômeno comunicacional perpassa o ser e agir do homem no mundo. Configuração esta que vem caracterizar a essência interdisciplinar da Comunicação.

De acordo com Braga (2011), o conceito de interdisciplinaridade pode levar a três concepções, a saber: I) a primeira coaduna com o que expomos acima ao pontuar o atravessamento de um campo pelo que foi concebido e desenvolvido em outras disciplinas e/ou tecnologias – dados, conhecimentos, problemas, abordagens; II) a segunda faz referência a um conjunto de conhecimentos que passa a existir institucionalmente a partir da confluência de duas ou mais disciplinas estabelecidas¹ (Psicossociologia, Bioquímica, por exemplo),

¹ A propósito, essa segunda nuance compreende o interesse estratégico da Capes (2016) na expansão e consolidação da pós-graduação *stricto sensu* no Brasil. A Área Interdisciplinar compreende tanto os programas de instituições com elevada densidade de grupos de pesquisa como os de instituições consideradas “jovens”.



não compreendendo os interesses do estudo de Braga, haja vista a dificuldade de se capturar as características constituintes básicas do Campo da Comunicação; III) a terceira visa a situar o Campo da Comunicação como sendo um “[...] terreno vazio, sem outra existência senão pelo fato de que todas as disciplinas humanas e sociais tivessem alguma coisa a dizer sobre o tema” (Braga, 2011, p. 63). O espaço de encontro seria o vácuo, conforme o autor.

No que se segue, os entendimentos expressos nos itens I e III são opostos por natureza, uma vez que a comunicação, de um ponto de vista mais geral, não pode ser concebida, ao mesmo tempo, como um *lugar* e um *não lugar*. No entanto, cabe-nos considerar que a comunicação pode ser considerada um *lugar* por alguns e um *não lugar* por outros, a depender do ponto referencial em que o agente se encontra posicionado. Mais. Acreditamos que a comunicação não deve ser compreendida como um *não lugar*, pois ela não é exclusivamente um espaço² de passagem, que se caracteriza pela incapacidade de criar, a partir do estabelecimento de relações, uma identidade própria.

Com efeito, requer esclarecer que “o campo, no seu conjunto, define-se como um sistema de desvio de níveis diferentes e nada, nem nas instituições ou nos agentes, nem

² Compreende-se espaço, aqui, não em termos de extensão ou lugar tal qual discorre Augé (2012) – por exemplo aeroportos e hipermercados -, mas como um microcosmo social. Pois, não buscamos equacionar a relação entre o lugar antropológico (um tempo passado) e o não lugar (um provável futuro) na sociedade contemporânea.



nos actos ou nos discursos que eles produzem, têm sentido senão relacionalmente, por meio do jogo das oposições e das distinções” (Bourdieu, 2003, p. 179). Com regras e leis específicas, Bourdieu considera o campo como um microcosmo social dotado de determinada autonomia. Desse modo, o campo é um lugar caracterizado por lutas entre os agentes – que “impõem” o valor de sua produção e se legitima como autoridade de produtor –, os quais buscam alcançar ou manter posições angariadas pela disputa de capitais – econômico, cultural e social – que são valorizadas, movimentadas e/ou legitimadas, em maior ou menor grau, a depender das especificidades do próprio campo. Assim, todo campo é ao mesmo tempo “[...] um campo de forças e um campo de lutas para conservar ou transformar esse campo de forças” (Bourdieu, 2004, p. 22-23), que se encontra em constante relação e movimento, mantendo ou modificando sua estrutura.

Em se tratando do campo científico, ao discutir os interesses e valores pertinentes à produção científica, Bourdieu (1976, p. 88) diz que se trata de “[...] um campo social como outro qualquer, com suas relações de força e monopólios, suas lutas e estratégias, seus interesses e lucros, mas onde todas essas invariantes revestem formas específicas”. Desse modo, os interesses e valores que circulam a produção científica perfazem a disputa pela conquista da legitimidade de se falar e agir no campo, concorrendo para a conquista de autoridade científica.



A compreensão do campo acadêmico da comunicação perfaz “[...] um conjunto de instituições de nível superior destinado ao estudo e ao ensino da comunicação e onde se produz a teoria, a pesquisa e a formação universitária das profissões da comunicação” (Lopes, 2000/2001, p. 48). A sua constituição se dá a partir de três subcampos, a saber: o científico (já apresentado na introdução); o educativo, definido por práticas de reprodução do conhecimento científico situadas no ensino superior de componentes curriculares ditas de comunicação, e; o profissional, caracterizado pela aplicação do conhecimento no que concerne ao mercado de trabalho (Lopes, 2000/2001).

Ao abordar o campo, a problemática acerca da identidade é inevitável. No caso da comunicação, a questão perpassa, a princípio, a percepção sobre o seu objeto, uma vez que, junto ao método, compreenderia o critério disciplinar de cientificidade. Para Braga (2011), a preocupação que antes (final da década de 1990 e início dos anos 2000) se fazia era a de caracterizá-lo na busca do próprio pesquisador se situar com alguma identidade acadêmica, sendo quatro os vieses a serem perseguidos: I) o objeto da comunicação seria inapreensível em decorrência de ser uma questão ampla, difusa e presente na ação humana; II) o objeto deveria ser recortado a partir de ângulos identificadores da área; III) o objeto da comunicação seria o que existe de “conversacional” e de troca no tocante ao espaço social; IV) o objeto corresponderia ao que ocorre nos meios de comunicação social/mídia. Em suma, percebemos os dois primeiros pontos como opostos entre si, haja vista a relação de abertura



e fechamento de suas naturezas. Já os terceiro e quarto pontos são apresentados como propostas de objetos resultantes do recorte seletivo das interfaces que compõem o Campo da Comunicação, contemplando, grosso modo, os desdobramentos da Pragmática e da Escola de Toronto, respectivamente.

O que se percebe é que, passadas duas décadas, a questão não avançou em termos de definições. Ou seja, a organização interna do próprio Campo não convergiu para “privilegiar” um objeto em detrimento de outros. Mais. Tal perspectiva parece ter se diluído/enfraquecido, uma vez que as vozes que apontam para um ponto específico ecoam em suas individualidades num movimento quase que solitário. O próprio Braga (2011, p. 66) reconsidera o que havia postulado em 2001, pois reconhece que “[...] o objeto da Comunicação não pode ser apreendido enquanto ‘coisas’ nem ‘temas’, mas sim como um certo tipo de processos epistemicamente caracterizados por uma perspectiva comunicacional”. Desse modo, o autor evidencia a percepção acerca dos processos sociais em geral, em que é a visada comunicacional sobre o tema que assegura a pertinência. Apontamento esse que iremos nos ater, com mais ênfase, na seção três deste trabalho.



Teorias da comunicação: quatro enfoques e a busca pela disciplinarização

Ao consultar a Enciclopédia INTERCOM de Comunicação³ (2010) com a finalidade de aferir a noção de campo a partir da ótica da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares, é notório o registro de dois verbetes, a saber: Campo Comunicacional e Campo da Comunicação. O primeiro, com base em Braga (2001) e Martino (2005), refere-se ao espaço de estudos, reflexões e pesquisa aplicados à “Comunicação”, no qual o campo comunicacional, constituído por processos comunicacionais e empiricamente definidos, pode ser apreendido como um grande tema, interessando e passando a ser trabalhado por outras ciências. Assim, vemos objetos empíricos ditos de comunicação sendo investigados em áreas como sociologia do consumo e ciências das religiões. O segundo trata do desenho do campo a partir de três fundamentos:

- a) a contribuição dos estudos de linguagem, que demonstram que a construção dos sentidos sociais só ocorre no território que se forma no encontro emissor-

³ O volume 1, Dicionário Brasileiro do Conhecimento Comunicacional – Conceitos, é uma obra coletiva editada pela Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação e versa sobre os termos, expressões e referências indispensáveis ao estudo da área. Em seu prefácio, José Marques de Melo evidencia a importância da obra como introdutória à reflexão da própria complexidade do campo, julgando as ciências da comunicação estarem em sua fase de maturidade. Além disso, proclama o caráter internacional do produto com o objetivo de demarcar a identidade brasileira da área face a obras similares, como por exemplo a *International Encyclopedia of Communications*, produzida por Erik Barnouw.



-receptor; (b) o enfraquecimento da disciplinarização, que deu lugar a transdisciplinaridade, característica das ciências humanas e sociais, as quais, em concerto, embasam o campo da comunicação; (c) o desenvolvimento da tecnologia, que permite que só o mundo editado pela mídia chegue ao nosso conhecimento, o que fundamenta a sociedade contemporânea, chamada “era da comunicação” (Enciclopédia INTERCOM de Comunicação, 2010, p. 149).

Ao evidenciar a contribuição do estruturalismo, quase que exclusivamente, para os estudos da comunicação, é notório o caráter seletivo da Enciclopédia em desconsiderar outras escolas e correntes que colaboraram e até mesmo fundaram a pesquisa em comunicação. É importante e necessário pontuar que, de acordo com Esteves (2011), a problemática “fundadora” se ateu aos efeitos sociais dos *media*, inicialmente para a sua constituição e, em seguida, num rápido processo de afirmação da disciplina⁴ que englobaria o que conhecemos por Teorias da Comunicação. Estamos a situar a perspectiva

⁴ “[...] Uma disciplina não se resume a um simples problema de burocracia universitária. Em matéria de epistemologia, o termo *disciplina* corresponde a uma designação das peculiaridades de um tipo de abordagem, recorte e problematização do real” (Martino, 2003, p. 86-87, grifo do autor). Desse modo, as disciplinas não podem ser consideradas meras pastas classificatórias fruto de um trabalho administrativo, mas o “arranjo” para compreender o mundo, o homem e suas relações sob uma perspectiva. “O que chamamos de “disciplinas” nada mais é do que a designação de uma dessas perspectivas fundamentais através das quais se tenta apreender a significação do homem, objeto cuja totalidade, assim como qualquer outro, é inacessível através do discurso [nenhum discurso pode abarcar e esgotar a realidade]” (Martino, 2004, p. 8).



funcionalista, cujos estudos situados no subcampo científico da comunicação se deram num período de compleição e disseminação dos meios de comunicação de massa (sobretudo, o rádio) e estão relacionados, de um lado, com as condições específicas de desenvolvimento das ciências sociais e, de outro, com a situação mais geral das sociedades ocidentais (Esteves, 2011).

O próprio José Marques de Melo (2012) afirma que a pesquisa em comunicação no Brasil iniciou no Instituto de Ciência da Informação, em 1963, com estudos dos meios de comunicação liderados por Luiz Beltrão. Na oportunidade, ao discorrer sobre sua trajetória, o pesquisador diz que realizou, no precitado instituto, uma pesquisa sobre o noticiário policial na imprensa nordestina, com base na análise de conteúdo e medições. Desse modo, percebemos que tal investigação estava atrelada às problemáticas que circundam a questão dos efeitos, tendo em vista que estes transpassam o estudo dos diversos elementos constituintes dos processos de comunicação (os agentes comunicadores), em especial sobre as audiências, os estudos de recepção, os estudos sobre os processos de estruturação das mensagens e sobre as funções sociais dos *media*. O dilema fundamental dos efeitos tem por base as exigências que alicerçam o trabalho científico (conhecimento sobre uma dada realidade) e as pressões que são exercidas sobre a ciência a partir do exterior para produção de um conhecimento útil e interessado.



O “descarte” da teoria dos efeitos ilimitados para a formulação da dos efeitos limitados tem por base a superação do próprio Lasswell, fundador da teoria, em reconhecer a falácia da hipótese de partida, em que os dados apontavam para uma noção de efeitos menos totais, deixando os caminhos abertos para novos pressupostos (Esteves, 2011). Dessa maneira, Lazarsfeld, seu sucessor, inaugura a nova fase com a teoria dos efeitos limitados, haja vista a contrariedade da audiência em relação aos resultados esperados. O núcleo conceitual passa da manipulação para a influência, onde os efeitos dependem primeiramente das características dos contextos, considerando a figura do líder de opinião. No que corresponde aos procedimentos metodológicos, é predominante a perspectiva do trabalho empírico pós-Laswell, que havia estado praticamente ausente nos primeiros estudos de comunicação. Com isso, métodos qualitativos passaram a ser incorporados às pesquisas, corroborando com as de caráter quantitativo – substancialmente já utilizadas.

Se refletirmos as discussões do próprio campo na atualidade, elas tendem a salvaguardar a empiria⁵ como método de fomentar o conhecimento porque há uma estreita relação da comunicação com o mercado. Esforço que leva o pesquisador para além do fazer filosófico e especulativo, e que, por vezes, segue orientações definidas por entidades sociais com ambições hegemônicas, as quais visualizavam nos *media* um importante meio para seus fins. Uma questão que o pesqui-

⁵ O empirismo surge a partir do modelo da modernidade de conhecimento.



sador deve tomar cuidado para não eliminar da pesquisa os problemas pertinentes ao campo (principalmente de cunho social e humano) para não cair no empirismo abstrato. Exemplo dessas discussões é que, em 2011, a própria Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação - Intercom, elegeu como tema do seu congresso nacional: “Quem tem medo de pesquisa empírica?”. O esforço buscava, também, desconstruir equívocos semânticos, como a desqualificação do adjetivo “empírico” (destituindo-o do caráter científico), muitas vezes usado como antônimo de “teórico”. É sempre válido ressaltar que o trabalho empírico aproximou e aproxima o meio acadêmico e científico do mercado, da política, do meio externo, e que foi a sociologia empírica quem engendrou a *mass communication research*.

Indo além dos três elementos basilares do processo comunicacional (emissor-mensagem-receptor), a escola de Toronto, que tem Harold Innis⁶ e Marshall McLuhan⁷ como os pensadores mais significativos, compreende que a organização

⁶ O interesse do autor pela comunicação é situado nos anos 1940 e se deu até 1952, ano de seu falecimento. Os poucos anos de investidura e a falta de tradução de seus escritos (sobretudo para as línguas portuguesa, espanhola e francesa – esta última sendo uma das línguas oficiais do seu país) são apontados como justificativas que explicam a não circulação de seus trabalhos e, por conseguinte, a difusão de seu nome no que compreende os estudos dos meios (Martino, 2008).

⁷ As principais contribuições para a constituição do pensamento comunicacional canadense se deram na década de 1960. Destaca-se a obra *The Medium is the Massage: an inventory of effects* (1967), co-escrito com Quentin Fiore, designer gráfico.

social se dá pela centralidade dos meios de comunicação, de modo a configurar as ações e associações humanas. Para tanto, dizer que o “‘meio é a mensagem’ significa, em termos da era eletrônica, que já se criou um ambiente totalmente novo. O ‘conteúdo’ deste novo ambiente é o velho ambiente mecanizado da era industrial” (McLuhan, 2007, pp. 11-12). Nesse contexto, o mundo passa a ser caracterizado pelas interligações entre circuitos e qualquer extensão do homem, isto é, tecnologias que são produzidas como extensão do seu próprio ser afetam o complexo psíquico e social, conforme McLuhan (2007), em detrimento de seu próprio conteúdo.

As contribuições de McLuhan, apesar das duras críticas, sobretudo, em relação à falta de engajamento com a economia política dos meios de massa e por desconsiderar o conteúdo midiático (Horrocks, 2001), têm sido revigoradas no contexto da sociedade em rede. Exemplo disso é o trabalho desenvolvido pelo pesquisador norte-americano Neil Postman, no início da década de 1990, que aborda a bilateralidade de toda e qualquer inovação tecnológica em razão da sua estrutura e dos seus usos, sendo capaz, inclusive, de alterar o sentido das palavras, pois mudam o que se entende por “conhecimento” e “verdade”, além de provocar alterações no domínio do poder (Postman, 1994). Está em questão o estudo da estrutura, do conteúdo e do impacto, nas pessoas, que os meios de comunicação provocam. Uma problemática circundada pelo que Postman intitulou de ecologia da mídia e que contribui para se pensar o fenômeno da midiaticização em tempos de virtua-



lização das práticas e relações sociais.

O posicionamento epistemológico configurado a partir da centralidade dos meios de comunicação, segundo Martino (2008, p. 126), “[...] evita e resolve satisfatoriamente os inconvenientes de uma identificação dos processos comunicacionais com todo e qualquer processo social ou cultural, conforme são analisados com base na mediação tecnológica”. Se a busca é a caracterização dos estudos em comunicação como saber autônomo, a concentração temática do pensamento canadense nos meios de comunicação e a forma como os trabalhos foram desenvolvidos – “[...] no sentido de aperfeiçoar, desdobrar e tornar mais consistentes os princípios epistêmicos em torno dos quais giram as diferentes teorias, os diferentes autores” (Martino, 2008, p. 127) – permitem dá novos sentidos ao caráter interdisciplinar da abordagem ao passo que os esforços coadunam para a formulação de um programa de pesquisa, cuja riqueza reside no poder heurístico do núcleo central. Problematiza-se, assim, a sociedade comunicacional.

A propósito, sobre os fenômenos de mídia, Rüdiger (2002) diz que eles não podem ser investigados de maneira autônoma, pois, para Adorno e Horkheimer, as problemáticas se inserem na crise da cultura moderna, sendo impulsionada pelo estágio do capitalismo situado na segunda metade do século XX e se fazem no e a partir do conceito de indústria cultural. Estamos a falar da teoria crítica. “Consequentemente, pretender entendê-la [indústria cultural] com as categorias da teoria da comunicação, como muitos querem,



significa desvalorizar essa teoria, perder de vista seus méritos e mal-entender a Escola de Frankfurt” (Rüdiger, 2002, p. 215). Tal posicionamento se fundamenta na compreensão dos próprios frankfurtianos em não se intitularem teóricos da comunicação, com exceção das proposições de Habermas no livro *Teoría de la acción comunicativa* (1987).

Ao estabelecer princípios como proposta de estudo transdisciplinar dos fenômenos pertinentes à indústria cultural, Lowenthal (1950 apud Rüdiger, 2002, p. 216) pontua que “os estímulos produzidos na esfera da indústria cultural ‘são um fenômeno histórico e que a relação entre esses estímulos e a resposta [do público] é pré-formada e pré-estruturada pelo destino histórico do estímulo tanto quanto do sujeito que a ele responde’”. Dessa maneira, contrariamente ao postulado pela teoria dos efeitos ilimitados (ainda que não esteja em questão aqui os *media*), estímulo e resposta estariam num movimento confluyente de afetações. O núcleo do problema está para a investigação de “[...] como o processo social se estrutura em seu interior e de que modo podemos decifrá-lo em seu modo de posição dentro da sociedade” (Rüdiger, 2002, p. 219).

A criticidade do processo de produção cultural e como o processo social se estrutura em seu interior são algumas das problemáticas mais pertinentes da área. O desafio da pesquisa crítica é “[...] passar do plano da reflexão teórica abrangente para o do estudo e análise de problemas específicos, seja pela influência muito grande que nela exerce a teoria, seja pela sua falta de investimento em metodologia” (Rüdiger, 2016, p.



24). Apesar disso, Kellner (1997 apud Rüdiger, 2002) pontua como proposta o exame da produção e da economia política da cultura e os estudos de recepção. Uma perspectiva que leva à reflexão sobre as nuances da teoria crítica para se pensar os estudos culturais em sua constituição (na década de 1950) e em seus desdobramentos na contemporaneidade.

Retomando a premissa da Intercom sobre a contribuição dos estudos de linguagem no que concerne à construção dos sentidos sociais, o Estruturalismo visa a descrever os conteúdos atribuídos às regras sociais de modo a compreender os processos de orquestração dos próprios significados. Nesse sentido, distancia-se da esfera atribucional de significados, pois não requer subentender os *media* e suas mensagens como estruturas autônomas, uma vez que não são eles quem dão conta da formação e controle de processos de ação social, mas os sujeitos (Fausto Neto, 1996). Está em discussão a significação resultante das visitas do observador ao objeto, cujo objetivo é reconstruir os processos de estruturação e endereçamento dos discursos. Ganha, aqui, notoriedade o estudo dos sistemas de codificação, ou seja, sua constituição e seu funcionamento.

No que se segue, convém pontuar que as contribuições da Antropologia Estrutural e de Lévi-Strauss – apoiadas em autores como Ferdinand de Saussure - foram essenciais para moldar uma nova concepção teórico-metodológica situada no Campo da Comunicação (Fausto Neto, 1996). A propósito, em se tratando do Brasil, o Estruturalismo só foi incorporado,



efetivamente, a partir da década de 1980. Período este que marca a semiologia de terceira geração (intitulada por alguns de Semiologia do Sujeito), na qual a problemática está no fato de que o meio material (ou mensagem) nunca produz tão somente um efeito, sendo complexa a relação entre a produção e a recepção (ou reconhecimento como prefere Verón). Pois, além de não se tratar de uma causalidade linear no universo do sentido, um discurso dado não produz um efeito qualquer e nem possui sentido em si mesmo, cabendo ao pesquisador, a partir da Análise do Discurso, estabelecer as regularidades no funcionamento do discurso (Verón, 2004).

Cabe esclarecer que a semiologia de primeira geração (anos 1960) surge a partir de diálogos entre a Antropologia e a Linguística Estrutural e tratava “[...] de dar um corpus e de encerrar-se nele para descrever o funcionamento conotativo do sentido” (Verón, 2004, p. 215). Ela discordava do “[...] papel funcional e determinante do fluxo de uma mensagem” (Fausto Neto, 1996, p. 177), recusando, assim, o mecanismo proposto pela Teoria da Comunicação empirista. A primeira semiologia é muito influenciada pela linguística estrutural, a qual considera que a significação não é constituída pela fala (*parole*), mas pelo sistema ou pelo código da língua (*langue*). Ou seja, ela é imanente ao sistema da língua – de acordo com Saussure. O que está em jogo são as relações paradigmáticas e sintagmáticas que formam a língua. Elas encontram-se em todos os níveis e em ambos os planos, o do significante e o do significado, do sistema. Em suma, como proposição teórico-



-metodológica, a primeira semiologia é dotada de um “intra-fronteiras”, pois está concentrada na sintática e na semântica, sem muitas referências à pragmática (Fausto Neto, 1996).

Já a segunda semiologia (anos 1970) abordava as questões de produção de sentido, buscando reconstituir o processo de sua criação (Verón, 2004). Rompendo as fronteiras do texto, os esforços se concentram na questão “[...] da produção das significações e de suas articulações com os processos sociais, a partir da produção de uma Teoria da Produção da Significação” (Fausto Neto, 1996, p. 179). Tratava-se das condições sociais de possibilidade de produção e da circulação linguística, reconhecendo a Língua como instrumento de poder – não se prendendo aos limites da sintaxe e da semântica.

Por fim, convém salientar que o discurso se faz, etimologicamente, na ideia de movimento, de percurso, e, assim, podemos compreendê-lo como um objeto “[...] sócio-histórico em que o linguístico intervém como pressuposto” (Orlandi, 2002, p. 16). Nesse sentido, o mundo social passa a ser interpretado, a princípio, a partir da ciência da linguagem em que o discurso assume o lugar central de análise, haja vista a relação existencial de materialidade específica da tríade língua-discurso-ideologia (Orlandi, 2002). O “como se diz” e o “como se relaciona com o contexto constituinte” norteiam a investigação, de modo que o estudo também se faça a partir de contribuições situadas no campo das ciências sociais – sobretudo no que diz respeito à história e à ideologia – considerando-se a ampliação do objeto para algo além da fala,



da literalidade textual, pois, as práticas sociais, configuradas nos e pelos discursos, são, ao mesmo tempo, determinadas e constitutivas do contexto sócio-histórico.

A partir desse recorte e dessa breve passagem sobre os estudos desenvolvidos pela ótica do Funcionalismo, da Escola de Toronto, da Teoria Crítica e do Estruturalismo acerca da comunicação, fica evidente o esforço para uma possível compleição da disciplinarização do campo ao longo do século XX, com certa resistência por parte da Escola de Frankfurt face à negação de pertencimento ao Campo da Comunicação.

A comunicação e o entre-lugar

De origem fundamentalmente impura e interdisciplinar, Felinto (2014) compreende que a permanente tentativa de definição do objeto, de metodologias e das fronteiras da comunicação continuam se desdobrando na contemporaneidade e, conseqüentemente, dificultando que a teoria da Comunicação alcance a maturidade para avançar sobre novos objetos e novas problemáticas. É certo que o interesse pela disciplinarização do campo perpassa questões de ordem política e institucional, as quais, muitas vezes, se sobrepõem aos interesses epistemológicos que cercam a área.

O que nos parece é que a dificuldade de “emplacar” uma consensualidade no campo tem a ver com o fato de as investigações fundantes terem emergido em meio ao surgimento dos meios massivos. Trata-se de um campo construído



tardiamente se levarmos em consideração que a história da comunicação inicia bem antes, “[...] na época dos trovadores e das primeiras histórias de cavaleiros que eram lidas ao redor da fogueira. A história da comunicação envolve recuperar os espaços em que a palavra se torna ação através do mito, da profecia e da poesia, aquelas figuras arcaicas, medievais”, conforme Marroquín (2017, p. 38, tradução nossa⁸). Movimento esse que a pragmática, situada no Estruturalismo, busca “recuperar” e se desenvolver no tocante aos estudos centrados na interação entre os sujeitos. Não queremos, aqui, defender a disciplinarização, até porque ela não atende aos preceitos sob os quais a epistemologia da comunicação foi pensada, bem como não corresponde aos fluidos versáteis da contemporaneidade no que tange aos fenômenos comunicacionais.

Pensamos que, se o campo tivesse sido constituído antes dos meios massivos e na circunstância precitada, a comunicação teria objeto, metodologias e fronteiras demarcados, delimitados. E o que conhecemos hoje por comunicação seria outra coisa, mas não essa que estamos a discutir. E mais, que o movimento, talvez, pudesse ser o inverso e mais elevado “espiritualmente”, isto é, a discussão perpassaria os

⁸ “[...] en el momento de los trovadores y las primeras historias de caballeros que se leían alrededor de la fogata. La historia de la comunicación pasa por recuperar esos espacios en los que la palabra se vuelve acción a través del mito, la profecía y la poesía, esas figuras arcaicas, medievales” (Marroquín, 2017, p. 38, no original).



limites da disciplinarização na busca de trilhar o caminho da transdisciplinaridade.

A condição epistemológica da transdisciplinaridade, numa primeira definição, reside na possibilidade de ultrapassar o domínio das disciplinas formalmente estabelecidas e, numa segunda definição, consiste na possibilidade de estabelecer uma ponte entre os saberes. Isto é, entre a ciência, a arte, a religião, a política, etc. Além de transcender as relações internas e externas de duas ou mais disciplinas, a transdisciplinaridade aponta para a exigência de uma maturidade intelectual, para uma espécie de sabedoria em que se põem em contato a ciência com a vida, as manifestações éticas e estéticas, os valores e as normas sociais (Paviani, 2008, p. 22).

Diante do exposto, acreditamos que a comunicação está na busca por uma maturidade intelectual com vista a romper os domínios das disciplinas ao estabelecer pontes entre os saberes. Ainda mais em se tratando de um cenário no qual as tecnologias perfazem, preponderantemente, as experiências da vida humana. Mas que não se reduz a elas.

A emergência das Teorias da Comunicação sob o preceito da interdisciplinaridade posicionou o Campo da Comunicação no entre-lugar. Um espaço permeado de conflitos de interesse e em constante transformação que se encontra nos limites de outras ciências e disciplinas. Sua construção se dá a partir do estabelecimento de movimentos internos e diálogos externos, que, por vezes, se cruzam, a depender dos arranjos que os agentes fazem no campo. Ressalta-se que o entre-lugar não constitui um território, e por isso não



possui fronteiras. Nesse sentido, quanto mais a Comunicação avança sobre novas fronteiras mais se complexifica e menos se apega a uma disciplina, levando-a a ser subjugada na área que compreende as Ciências Sociais em razão da sua natureza adaptativa e transmutativa.

Na visão de Felinto (2014, p. 30), “uma disciplina acadêmica se estrutura, seja sobre um limitado número de objetos por ela abordados, seja por metodologias específicas. Ou se multiplicam os objetos e se mantêm estáveis as metodologias, ou se renovam estas últimas em torno dos mesmos objetos”. Porém, no caso da comunicação, o que se percebe é uma multiplicação de objetos e renovação de suas metodologias, uma vez que o aspecto midiático-tecnológico parece atrair os interesses para o desvelamento do que há de comunicacional na contemporaneidade.

O relevante é que nossas conjecturas sejam postas a teste por sua capacidade para desvelar e explicitar os processos que, de um modo ou de outro, resultem em distinção crescentemente clara sobre o que se pretenda caracterizar como “fenômeno comunicacional” relacionado aos temas e questões de nossa preferência (Braga, 2011, p. 66).

No processo de pesquisa existe a tendência de ampliar a análise porque há a necessidade de se tecer uma leitura holística do fenômeno comunicacional, podendo visualizar o objeto e seus reflexos a partir de vários pontos. Esteves (2011) diz que essa é uma ideia hoje em dia cada vez mais partilhada por autores do campo institucionalizado da sociologia da comu-



nicação (no Brasil, Teorias da Comunicação). E não só, mas o próprio Campo da Comunicação, em face da complexidade do cenário tecnocultural, tem que recorrer à interdisciplinaridade – podendo esta ser vista, de acordo com Braga (2011), como um trabalho de interfaces.

Dada a relevância que a comunicação assumiu e sua problematização generalizada, embora Braga (2011, p. 73) compreenda que os “[...] espaços de interface seriam tantos quanto fossem as disciplinas e atividades humanas identificáveis como campos de conhecimento ou do fazer social”, ele faz referência a quatro agregações amplas para estabelecer um efeito prático: Comunicação, Arte e Literatura; Comunicação e Ciências Sociais Aplicadas; Comunicação e Cultura, e; Comunicação, Ciências Humanas e Filosofia.

Coloca-se em “jogo”, sobretudo, a performance do pesquisador situado no Campo da Comunicação, pois, na medida em que ele avança sobre outras áreas do conhecimento mais estabelecidas - na busca de melhor abarcar o seu objeto teórico e/ou empírico - corre-se o risco de se deter demasiadamente sobre elas, podendo distanciar-se do fenômeno comunicacional. Cabe, metaforicamente, pensar a comunicação tal qual a lógica do cubo de Rubik (conhecido por cubo mágico), em que cada face corresponde a uma ciência ou disciplina com a qual o campo se interliga. A face para cima diz respeito ao matiz resultante de todos os movimentos que o pesquisador faz para definir a formação teórica e metodológica da sua abordagem.



A comunicação, tal qual um cubo mágico, trata-se de um objeto adestrado, cuja materialidade é disforme. Ademais, não estamos a delimitar as variantes do cubo de Rubik (3x3x3, 4x4x4, 5x5x5, por exemplo) nem definir um poliedro (Megaminx, Skewb Diamond, etc.) para se realizar as interligações desejadas, pois, se assim fizéssemos, estaríamos a cristalizar um modelo ao mesmo tempo em que tornamos a lógica inválida por natureza. Isso porque não requer apontar um compêndio de ciências e disciplinas (que carregam consigo teorias e metodologias), uma vez que compete a cada pesquisador definir o modelo conforme suas intencionalidades. Afinal, uma zona de intersecção pode emergir até mesmo entre a Comunicação e as Ciências da Natureza.

À guisa de considerações, mas não finais

A discussão sobre o estatuto da comunicação, sua epistemologia, seu(s) objeto(s) é algo permanente e que, em determinados períodos, sofre um aquecimento num movimento de provocar o campo no Brasil. Algo que se torna evidente a partir de publicações em periódicos e apresentações de trabalhos e discussões em eventos. A impressão que temos é que se trata de uma questão de interesse maior entre os que se encontram em “nível catedrático”, haja vista o alcance de uma maturidade acadêmica e, por conseguinte, a preocupação com temas mais amplos e basilares que perfazem o Campo da Comunicação. Tanto é que, numa rápida pesquisa sobre a temática em buscadores da *web*, o que se obtém



como retorno é o nome de autores consagrados como os que, muitos deles, neste trabalho foram citados.

Trata-se, também, de uma questão para os programas de pós-graduação, sobretudo, em mídia e em comunicação que inserem a discussão junto ao seu corpo discente por meio de seus componentes curriculares, configurando uma perspectiva de iniciar o discente na carreira de pesquisador ao situá-lo no campo à medida em que este é problematizado. Antes de tudo, é imprescindível o pesquisador reconhecer o “lugar” que transita e que “ocupa”, de modo a dar “passos” conscientes, situados e seguros, face às disputas que são tecidas no campo acadêmico. Uma experiência nunca acabada e que a cada novo movimento “no cubo” uma nova configuração é apresentada. Em suma, um matiz único dentre as inúmeras possibilidades. Está aí uma das qualidades que mais vislumbramos no Campo da Comunicação.

Ademais, se alguns defendem que o campo não tem identidade própria, percebemos o inverso. A identidade do campo se faz na versatilidade com que aborda as suas questões e dialoga com outros campos e saberes. Não se trata de eleger um objeto, mas de transmutar-se para dar conta de fenômenos e objetos emergentes na contemporaneidade. A interdisciplinaridade para a comunicação não ressoa no campo a partir de seus pesquisadores, pela insegurança identitária, como defende Martino (2007). Mas, sim, porque integra a sua gênese desde o seu engendramento. E se uma questão tem que ser levantada, não deveria ser a problematização da



interdisciplinaridade, mas a compleição transdisciplinar do Campo da Comunicação.

Referências

AUGÉ, M. **Não lugares**: introdução a uma antropologia da supermodernidade. São Paulo: Papirus, 2012.

BOURDIEU, Pierre. **Os usos sociais da ciência**: por uma sociologia clínica do campo científico. São Paulo: UNESP, 2004.

_____. **O poder simbólico**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2003.

_____. Le champ scientifique. **Actes de La Recherche en Sciences Sociales**, Paris, v. 2, n. 2-3, p. 88-104, 1976. Tradução de Paula Montero.

BRAGA, J. L. Constituição do campo da comunicação. **Verso e Reverso**, São Leopoldo, v. 25, n. 58, p. 62-77, 2011.

_____. Constituição do campo da comunicação. In: COHN, Gabriel et al. **Campo da Comunicação**. João Pessoa: UFPB, 2001.

CAPES. Documento de Área. **Interdisciplinar**. Brasília: 2016. 42 p. Disponível em: <http://capes.gov.br/images/documentos/Documentos_de_area_2017/INTE_docarea_2016_v2.pdf>. Acesso em: 04 nov. 2018.

ENCICLOPÉDIA INTERCOM DE COMUNICAÇÃO. São Paulo: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2010. 1 v.

ESTEVES, João Pissara. **Sociologia da comunicação**. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2011.

FAUSTO NETO, Antônio. Estruturalismo e comunicação. In: Mari, H.; DOMINGUES, I.; PINTO, J. (Orgs.). **Estruturalismo**: memória e repercussões. Rio de Janeiro: Diadorim. 1996. p. 171-183.

FELINTO, Erick. Os riscos da prudência: teoria da Comunicação, disciplina-ridade e a comunicologia de Vilém Flusser. In: FRANÇA, V. V. et al (Orgs.). **Teorias da Comunicação no Brasil**: reflexões contemporâneas. Salvador: Edufba, 2014. p. 21-37.

FOUCAULT, Michel. **A ordem do discurso**. Aula inaugural no Collège de France, pronunciada em 2 de dezembro de 1970. São Paulo: Edições Loyola, 1996.



HABERMAS, J. **Teoría de la acción comunicativa**. Racionalidad de la acción y racionalización social. Taurus: Madrid, 1987.

HORROCKS, Christopher. **Marshall McLuhan and virtuality**. Cambridge: Icon Books, 2001.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. O campo da comunicação: reflexões sobre seu estatuto disciplinar. **Revista USP**, São Paulo, n. 48, p. 46-57, 2000/2001.

MARROQUÍN, Amparo. De los medios a las mediaciones. Orígenes y diálogos posteriores. In MORAGAS, M. de; TERRÓN, J. L.; RINCÓN, O. (Orgs). **De los medios a las mediaciones de Jesús Martín-Barbero, 30 años después**. Barcelona: Universitat Autònoma de Barcelona, 2017. p. 21-41.

MARTINO, Luiz Claudio. História e Identidade: apontamentos epistemológicos sobre a fundação e fundamentação do campo comunicacional. **Revista eletrônica E-Compós**, Brasília, v. 1, p. 1-17, 2004. Disponível em: <<http://www.e-compos.org.br/e-compos/article/view/22>>. Acesso em: 03 jul. 2018.

_____. Pensamento comunicacional canadense: as contribuições de Innis e McLuhan. **Comunicação, mídia e consumo**, São Paulo, v. 5, n. 14, p. 123-148, 2008.

_____. **Teorias da Comunicação: muitas ou poucas?** Cotia: Ateliê, 2007.

_____. Apontamentos epistemológicos sobre a fundação e o fundamento do campo da comunicação. In: CAPPARELLI, Sérgio; SODRÉ, Muniz; SQUIRRA, Sebastião. **A comunicação revisitada**. Porto Alegre: Sulina, 2005.

_____. As Epistemologias Contemporâneas e o Lugar da Comunicação. In: LOPES, M. I. V. de. (Org.). **Epistemologia da Comunicação**. São Paulo: Loyola, 2003, p. 69-101.

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. São Paulo: Cultrix, 2007

MELO, José Marques de. A prima pobre das ciências sociais. Pesquisa Fapesp, São Paulo, n. 201, p. 26-33, nov. 2012. Entrevista concedida a Mariluce Moura. Disponível em:<<http://revistapesquisa.fapesp.br/2012/11/12/jose-marques-de-melo-a-prima-pobre-das-ciencias-sociais/>>. Acesso em: 05 nov. 2018.

ORLANDI, E. P. **Análise de discurso: princípios e procedimentos**. Campinas: Pontes, 2002.

PAVIANI, Jayme. **Interdisciplinaridade**: conceito e distinções. Caxias do Sul: Educs, 2008.

POSTMAN, Neil. **Tecnopólio**: a rendição da cultura à tecnologia. São Paulo: Nobel, 1994.

RÜDIGER, Francisco. **Comunicação e teoria crítica da sociedade**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2002.

_____. Ciência, reflexão e crítica nos estudos de mídia. LOPES, M. I. V. de. (Org.) In: **Epistemologia da comunicação no Brasil**: trajetórias autorreflexivas. São Paulo: ECA-USP, 2016, p. 21-33.

VERÓN, E. **Fragmentos de um tecido**. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2004.



ANÁLISE CULTURAL-MIDIÁTICA: UMA PERSPECTIVA TEÓRICO-METODOLÓGICA EM ESTUDOS COMUNICACIONAIS NA ÚLTIMA DÉCADA (2013-2023)

**Mariângela Barichello Baratto
Victor Cesar Rodrigues Carvalho
Flavi Ferreira Lisbôa Filho**

Pode-se dizer que os Estudos Culturais, de natureza interdisciplinar, são uma tradição intelectual e política que auxilia na reflexão crítica acerca das possíveis transformações sociais e políticas, tendo a cultura como elemento central tensionador dessas reflexões. Ao trazer essa tradição intelectual para a área da Comunicação, mais especificamente na instância da produção de sentidos a partir da problematização das identidades e representações culturais (midiáticas), podemos dotar o processo de análise da complexidade necessária para refletir e interpretar os sentidos que circulam na sociedade contemporânea.

Neste cenário, a comunicação é um elemento-chave para o processo investigativo proposto pelos Estudos Culturais. A perspectiva crítica acionada, parte do pressuposto de que a experiência é mediada pela cultura (midiática), e essa mediação pode ser ressignificada a partir de um sentido próprio atribuído à cultura e à mídia.



Desde sua criação, no contexto britânico na década de 1950, os Estudos Culturais já demonstraram afinidades e potencialidades dialógicas com as pesquisas em comunicação, ao considerar os produtos midiáticos como produtos culturais. Em meados de 1980, alcançando a América Latina (Escosteguy, 2010) essas costuras foram evidenciadas, especialmente a partir da ênfase ao contexto, às mediações (Martín-Barbero, 1987; 2002) e ao hibridismo cultural (Canclini, 2010). No Brasil, tem-se como marco da visibilidade dos Estudos Culturais em diálogo com a área da comunicação, a publicação do artigo denominado “Uma introdução aos Estudos Culturais” (Escosteguy, 1998).

De lá para cá, os Estudos Culturais têm sido trabalhados por pesquisadores e pesquisas de vários níveis enquanto base epistemológica capaz de trazer novas perspectivas, problemáticas, propostas e possibilidades de experimentações teórico-metodológicas na área da comunicação. O Grupo de Pesquisa Estudos Culturais e Audiovisualidades (UFESM/CNPq), criado em 2013, liderado pelo Professor Flavi Ferreira Lisbôa Filho, soma a esse movimento. Os esforços de pesquisa se direcionam a olhar para as identidades culturais (midiáticas) contemporâneas, tendo os Estudos Culturais e a Análise Cultural como bases.

O **objetivo geral** deste texto é sinalizar as contribuições dessa abordagem metodológica personalizada às pesquisas de pós-graduação da área da Comunicação. Para isso, mapeamos a utilização da análise cultural-midiática enquanto



perspectiva teórico-metodológica nas teses e dissertações de pesquisadores do GP Estudos Culturais e Audiovisualidades (UFSM/CNPq), vinculados ao Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria (POSCOM/UFSM), no período 2013-2023.

Ainda, i) traçamos um itinerário das experimentações e combinações metodológicas desenvolvidas pelos pesquisadores do GP para trazer respostas às problemáticas e inquietações relacionadas a seus objetos; e ii) identificamos quais foram os objetos culturais-midiáticos centrais nas investigações. Assim, conseguimos desenhar um itinerário dos objetos culturais-midiáticos analisados e das possibilidades de experimentações metodológicas relacionadas à análise cultural-midiática já desenvolvidas pelos pesquisadores.

Metodologicamente, o esforço se deu a partir do mapeamento das pesquisas de mestrado e doutorado apresentadas ao POSCOM/UFSM por integrantes do GP Estudos Culturais e Audiovisualidade desde sua criação até a atualidade (2013-2023). Com intenção inventariante, a **análise documental** (Moreira, 2008) foi o recurso utilizado para a identificação, verificação e apreciação das pesquisas para posterior análise crítica. Antes da realização da análise, consideramos fundamental revisitar **bibliograficamente** os Estudos Culturais e a Análise Cultural. Sendo assim, no tópico 2, evidenciamos sua construção histórica, legitimidade epistemológica e base teórico-metodológica.



Os resultados explicitam a eficácia dos Estudos Culturais e da Análise Cultural-midiática, enquanto base epistêmica e caminho de análises para pesquisas as quais mantêm a centralidade na temática das identidades culturais (midiáticas) contemporâneas, direcionadas na investigação da produção de sentidos a partir das representações culturais (midiáticas), onde consideram os produtos midiáticos como produtos culturais.

Estudos Culturais e Análise Cultural: da episteme à prática nas pesquisas em comunicação

Segundo Jonhson (2006) os Estudos Culturais não constituem um programa de pesquisa vinculado a um partido político, disciplina ou a uma tendência em particular. É uma base epistemológica que se preocupa com o movimento, com a particularidade e com a complexidade inerentes ao contexto. Nesse sentido, conforme o mesmo autor, a partir dos Estudos Culturais, olhamos para as formas históricas da consciência e/ou para as subjetividades envolvidas nas características do vivido e das relações sociais.

De forma geral, são uma corrente de estudos interessada nas relações entre textos, grupos sociais e contextos cotidianos concentrados no espaço do popular, das práticas da vida cotidiana, fortemente conectado com as relações de poder e conotação política, tendo apoio em um viés sócio-cultural (Escosteguy, 2010). Cabe ressaltar nesse contexto a importância do **conceito de cultura**, o qual esteve constante-



mente presente nas inquietações das investigações, ao longo de toda a historiografia dos Estudos Culturais. Vale mencionar como marcos, o livro *Culture and Society* (Williams, 1958), trazendo novas formas de discutir questões cotidianas relacionadas à (e a partir da) perspectiva cultural.

Historicamente, a fim de não nos tornarmos repetitivos, apresentamos a seguir um quadro-síntese sinalizando as principais fases, inquietações e autores-chave para o movimento dos Estudos Culturais ao longo do tempo: da criação à institucionalização, consolidação, internacionalização até a atualidade. Uma retrospectiva construída a partir dos compilados trazidos por Ana Carolina Escosteguy (2010) e Ana Luiza Coiro Moraes (2011) em suas pesquisas.



Quadro 1: Marcos da história dos Estudos Culturais ao longo do tempo.

FASE	INQUIETAÇÕES	AUTORES
<p>Fase Funcional (1950 - 1960) 1950: Inglaterra - Início dos EC 1958: livro <i>Culture and Society</i> (Williams, 1958) 1964: <i>Centre for Contemporary Cultural Studies (CCCS)</i>, <i>English Department</i> da Universidade de Birmingham - Institucionalização do campo dos Estudos Culturais</p>	<p>questões políticas, ideológicas, hegemônicas e consumo cultural da classe operária</p>	<p>Richard Hoggart, Raymond Williams e Edward P. Thompson (considerados trio fundador dos EC)</p>
<p>Fase de Consolidação (1970)</p>	<p>estudos de gênero, raça, poder (estudos antropológicos, análises discursivas, semióticas)</p>	<p>Richard Johnson, Angela McRobbie, Stuart Hall</p>
<p>Fase de Internacionalização: ênfase latino-americana (1980)</p>	<p>ênfase à ação social, ao contexto (mediações, hibridismo cultural, etnografias, estudos de recepção)</p>	<p>Jesús Martin-Barbero, Nestor Garcia Canclini</p>
<p>Fase de Internacionalização: sequência (1990)</p>	<p>questões relacionadas à recepção (observação de grupos e cotidianos dos meios), identidades e papel das mídias nos contextos culturais</p>	<p>Ann Gray; Douglas Kellner</p>
<p>Fase de questionamentos (anos 2000) – atual</p>	<p>mídias digitais e sociais, accountability midiático, questões ambientais e midiatização da ciência</p>	

Fonte: Organizado pelos autores, a partir de Escosteguy (2010) e Coiro Moraes (2011).



Ainda, é oportuno sinalizar que as relações entre a cultura contemporânea e a sociedade, suas formas culturais, instituições e práticas, bem como suas relações com a sociedade e as mudanças sociais, também estiveram no cerne dos Estudos Culturais desde sua institucionalização, especialmente com a criação do CCCS, em 1964. Para Cevasco (2001), de acordo com a perspectiva de Williams, podemos entender a palavra cultura em dois sentidos: “para designar todo um modo de vida — os significados comuns; e para designar as artes e o aprendizado — os processos especiais de descoberta e esforço criativo” (Cevasco, 2001, p. 52-53).

Em 1979, Williams apresentou a Análise Cultural. Um tipo de análise que inicia com o descobrimento de uma caracterização de padrões e “[...] se ocupa das relações entre eles, que às vezes revelam identidades e correspondências inesperadas entre atividades até então consideradas por separado, e em outras ocasiões mostram descontinuidades imprevistas.” (Williams, 2003, p. 56). Neste sentido, auxilia na compreensão de como se dão as inter-relações de práticas e padrões vividos e experimentados cultural e socialmente, reconhecendo e valorizando a complexidade que envolve os objetos de pesquisa e seus contextos.

Para entender esse tipo de análise, é necessário saber que Williams (2003) propõe pensar o termo cultura a partir de três definições: ideal, na qual ela é um processo de perfeição humana; a documental, que seriam as obras intelectuais e imaginativas que registram o pensamento e



a experiência intelectual; e a social, que trata de descrever a maneira de viver da sociedade. Também, para o mesmo autor, há três níveis de cultura: cultura vivida por um sujeito, em um momento e local determinado; cultura registrada, que seria a materialização do vivido através de obras de arte, museus, vídeos, documentos, música, teatro, linguagem, entre outros; e, a cultura da tradição seletiva, que funciona como um mecanismo de resgate e incorporação de práticas do passado no presente. No contexto dos Estudos Culturais, alargar o conceito de cultura incluindo práticas e sentidos do cotidiano, propicia um movimento de mudança de olhar, onde “[...] todas as expressões culturais devem ser vistas em relação ao contexto social das instituições, das relações de poder e da história” (Escosteguy, 2010, p. 32).

Quando nos atentamos para as pesquisas em comunicação e suas investigações preocupadas com a transformação social e questões que, a partir da abrangência comunicacional-midiática, se situam na conexão entre contextos, culturas, significações, identidades, representações, relações sociais e de poder, vemos uma linha dialógica evidente com o campo dos Estudos Culturais. No GP Estudos Culturais e Audiovisualidades (UFSM/CNPq), por admitirmos as benesses de aproximar os Estudos Culturais e Comunicação, a Análise Cultural (Williams, 1979; 2003; Coiro Moraes, 2015), tensionada ao midiático, foi alcunhada como análise cultural-midiática e passou, ao longo do tempo, a ser adotada como um protocolo investigativo do Grupo, amparados pela premissa de que produtos midiáticos são também produtos culturais.



O GP Estudos Culturais e Audiovisualidades (UFSM/CNPq): do propósito aos resultados das pesquisas

O GP Estudos Culturais e Audiovisualidades foi criado em 2013 e está sediado na Universidade Federal de Santa Maria. Entre seus interesses de pesquisa encontra-se a cultura midiática e como ela constrói, desconstrói e/ou atualiza as representações e/ou identidades culturais (midiáticas), tendo seu olhar estendido também ao patrimônio cultural. Está vinculado a dois programas de pós-graduação da UFSM: o Programa de Pós-graduação em Comunicação (POSCOM); e o Programa de Pós-graduação Profissional em Patrimônio Cultural. Aqui, nos atentamos especificamente ao seu vínculo com a área da comunicação. Em sua primeira década de atuação, o GP proporcionou o desenvolvimento de quatro teses, 26 dissertações, quatro especializações, 41 trabalhos de conclusão de curso em graduação e 13 em iniciação científica. Somado a isso, encontram-se também trabalhos reunidos em livros, capítulos de livros, artigos publicados em periódicos e anais de eventos.

Para dar especial atenção às produções de pós-graduação realizadas na área da comunicação e à utilização da análise cultural-midiática na construção de percursos de pesquisa autorais, compilamos todas as dissertações e teses produzidas entre 2013 e 2023 no POSCOM/UFSM, vinculadas ao GP. Ainda mais especificamente, fazemos um inventário dos objetos (culturais-midiáticos) das pesquisas e acionamentos teórico-metodológicos mais utilizados nas análises reali-



zadas. Para isso, utilizamos alguns procedimentos e sequência de ações elencados, tais quais: escolha das fontes para identificação e acesso às pesquisas; organização do *corpus* de análise; leitura flutuante dos resultados apresentados; seleção dos primeiros achados de acordo com os objetivos desta investigação; e, por fim, análise dos dados e elaboração das conclusões preliminares.

Fontes digitais foram acionadas para chegarmos à totalidade de teses e dissertações que compõem o *corpus* desta investigação: o site institucional do Programa de Pós-graduação em comunicação (POSCOM/UFSM)¹; o currículo Lattes (CNPq) do orientador de todas as pesquisas e coordenador do GP, professor Dr. Flavi Ferreira Lisbôa Filho²; e o site institucional do Grupo de Pesquisa Estudos Culturais e Audiovisuais³. O Repositório Digital Manancial da UFSM⁴ foi utilizado para acesso do conteúdo integral das produções.

¹ Site institucional do POSCOM (Programa de Pós-Graduação em Comunicação) da UFSM. Disponível em: <<https://www.ufsm.br/cursos/pos-graduacao/santa-maria/poscom>>. Acesso em: 23 abr 2024.

² Currículo Lattes do Docente Dr. Flavi Ferreira Lisbôa Filho. Disponível em: <<http://lattes.cnpq.br/9962424591141586>>. Acesso em: 06 mar 2024.

³ Site institucional do grupo de pesquisa Estudos Culturais e Audiovisuais. Disponível em: <<https://www.ufsm.br/grupos/estudosculteaudiovisualid>>. Acesso em: 23 abr 2024.

⁴ Repositório Digital Manancial da UFSM. Disponível em: <<https://repositorio.ufsm.br/>>. Acesso em: 16 de nov 2023.



Constatamos que, no período de 2013-2023⁵, foram apresentadas à sociedade 16 dissertações de mestrado e 4 teses de doutorado, frutos dos esforços acadêmico-científicos do grupo na área da comunicação e vinculadas ao POSCOM/UFSM. Uma vez identificadas, as pesquisas foram organizadas em uma planilha (via planilhas Google), a partir dos seguintes descritores: título, palavras-chave, temática, objeto, problema de pesquisa, objetivo geral, objetivos específicos e metodologia - os quais também guiaram nossa leitura flutuante dos resultados. De modo geral, pode-se identificar, que as pesquisas em comunicação realizadas por integrantes do GP estiveram, ao longo da última década, aliadas a contextos locais-regionais; esporte; gênero, raça e sexualidade; relações entre a cultura simbólica, representações e identidades culturais (midiáticas).

Metodologicamente, após uma década de trabalho (2013-2023), podemos ver surgir, ao longo dos anos, a construção de um movimento analítico autoral, que caracteriza as pesquisas do GP: a proposição e aplicação da análise cultural-midiática, como procedimento de sistematização, materialização e visualização da pesquisa. Nesse período, outros pesquisadores do GP já trouxeram relevantes discussões acerca da proposição

⁵ Embora nosso olhar se dê a partir de 2013, quando do início das atividades do Grupo, percebe-se que as dissertações começaram a ser apresentadas apenas em 2015. O tempo aproximado de 24 meses, consiste no período regular para a entrega dos achados de pesquisas de mestrado. Assim, com exceção desse período inicial, observa-se anualmente a titulação de mestres e doutores em comunicação vinculados ao Grupo.



da Análise Cultural-midiática, seus desafios, perspectivas e exemplificações de sua utilização nas pesquisas, mencionamos aqui as produções de Steffen; Henriques; Lisbôa Filho (2018; 2020); Henriques e Lisbôa Filho (2019); Lisbôa Filho (2020).

Análise Cultural-midiática nas teses e dissertações em comunicação: uma proposta metodológica autoral

Nossa intenção é contribuir para essas discussões já realizadas, traçando um itinerário das 20 teses e dissertações desenvolvidas no âmbito do GP, desde sua criação em 2013, até o ano de 2023. Iniciamos olhando para como a Análise Cultural-midiática é materializada e acionada nas pesquisas, a fim de se constituir uma proposta metodológica autoral.

Com a intenção de alcançar os objetivos desta investigação, procuramos responder nesta análise, quais experimentações e combinações metodológicas foram desenvolvidas pelos pesquisadores do GP para trazer respostas às problemáticas e inquietações relacionadas a seus objetos. De forma relacionada, nos interessa também olhar para esses objetos culturais-midiáticos, a fim de identificá-los. Ao final, acreditamos ser possível, verificar de quais modos se deram as contribuições dessa abordagem metodológica personalizada às pesquisas de pós-graduação da área da Comunicação na última década (2013-2023).

No contexto do movimento analítico cultural há que se considerar relevantes todos os elementos que possam envolver social ou culturalmente a investigação. Nesse



sentido, baseada na análise cultural (Williams, 1979), a análise cultural-midiática (Steffen; Henriques; Lisbôa Filho, 2018; 2020; Henriques e Lisbôa Filho, 2019; Lisbôa Filho, 2020) surge no contexto do GP Estudos Culturais e Audio-visualidades, na intenção de compreender as produções de sentido em disputa nas esferas midiáticas e culturais, refletindo as interações entre mídia, cultura e sociedade, em olhar para as identidades e representações culturais (midiáticas).

Nessa ambiência, os produtos midiáticos são considerados produtos culturais, os quais estão intrinsecamente conectados aos contextos culturais que os cercam. Ou seja, realizar uma análise cultural sob a perspectiva midiática, exige que analisemos a mídia como elemento integrante da cultura de um período, fruto das suas condições de produção e tensionamentos sociais (Steffen; Henriques; Lisbôa Filho, 2020) – o que também nos permite maior profundidade crítica e política à análise. Mas, afinal, como esses movimentos vêm ocorrendo na prática das pesquisas? Como são articuladas metodologicamente essas análises e quais são esses produtos culturais e/ou midiáticos, que se tornaram objetos de investigação nas teses e dissertações em comunicação?

Os esforços investigativos do GP, originaram a construção do protocolo de pesquisa autoral (Lisbôa Filho, 2020) como modo de sistematizar e organizar o trabalho de pesquisa, formando um alicerce para o processo analítico subsequente. Cabe mencionar que o movimento de construção investigativo parte da epistemologia dos EC e chega a uma síntese repre-



sentada graficamente por diagramas, inspirado por autores-referência da área. Como exemplo, citamos os Circuitos da Cultura - de Richard Johnson (2006) e Paul du Gay et al. (1999), o modelo *encoding/decoding* - de Stuart Hall (2003) e os mapas das mediações de Jesús Martín-Barbero (Martín-Barbero, 1987; 1998; 2010).

Retomando a totalidade das 4 teses e 16 dissertações em comunicação produzidas por pesquisadores membros do GP Estudos Culturais e Audiovisualidades na primeira década de atuação do Grupo, identificamos que apenas uma dissertação (Fagundes, 2021) não utilizou o recurso de diagrama. Ou seja, no período, foram constituídos 19 diagramas e/ou protocolos, dos quais apenas 2 dissertações não utilizaram a denominação análise cultural-midiática (Enninger, 2015; Canabarro, 2015).

Olhando para a totalidade dos protocolos analíticos, é possível identificar a construção do percurso de pesquisa autoral sendo desenhada nas produções GP Estudos Culturais e Audiovisualidades no POSCOM/UFSM. Em 2019, Henriques e Lisboa Filho fizeram um compilado inicial desse movimento, sinalizando 3 fases das pesquisas do GP, entre 2015 e 2019. Assim denominaram: “Fase Inicial (2015) - aplicação da análise cultural”; Segunda Fase (2016) – intitulada “desenvolvimento da análise cultural-midiática”; e o Terceiro Momento (2016-2019), compreendendo a etapa do momento de escrita do referido texto, denominada “Categorias e tensionamentos analíticos pela perspectiva cultural”. Pode-se dizer que essa terceira categoria ainda se mantém



vigente nas pesquisas do grupo. Nesta análise, trazemos as fases mencionadas pelos autores, entretanto, considerando também as pesquisas posteriores a 2019 até 2023. Também, apresentamos uma síntese visual do processo de construção e consolidação metodológica ao longo da década (2013-2023), dando atenção aos objetos das pesquisas e às experimentações e combinações metodológicas desenvolvidas pelos pesquisadores do Grupo.

Tem-se, inicialmente (**primeira fase**), a utilização dos diagramas já consolidados, como os circuitos da cultural de Paul Du Gay *et al.* (1999) e de Johnson (2006), quase que como bases metodológicas exclusivas às pesquisas, à exceção da adição de um recurso analítico, como a análise textual de Casetti e Chio (1999). As dissertações de Enninger (2015) e Canabarro (2015) são frutos desse período inicial.

Na sequência, percebe-se que a criação de um protocolo personalizado possibilitaria a cada autor, de acordo com os chamamentos e intenções de cada pesquisa, realizar os tensionamentos necessários, ganhando profundidade nas discussões e efetividade nos resultados. Assim, é iniciada a **segunda fase** dos trabalhos do GP, tendo a construção dos protocolos de análise cultural-midiática, tais quais os apresentados nas dissertações de Henriques (2016) e Corrêa (2016), com articulações metodológicas variadas. Essa pode ser considerada “uma nova etapa de apropriação e uso da análise cultural que, como metodologia de investigação no campo da comunicação, privilegia não apenas os meios em

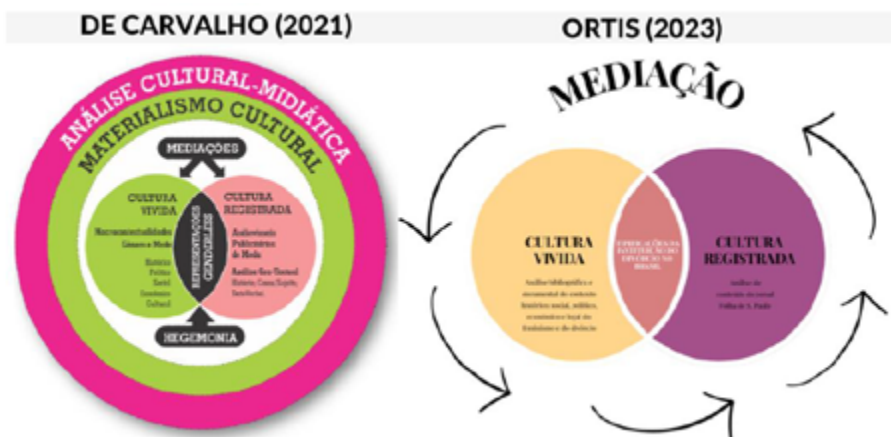


si, mas valoriza as diferentes formas com as quais os sujeitos sociais negociam suas vivências e experiências culturais” (Henriques e Lisboa Filho, 2019, p. 46).

Identificando as **experimentações e combinações metodológicas** desenvolvidas pelos pesquisadores do GP nas teses e dissertações analisadas ao longo de toda a década, percebemos: uma forte incidência da análise textual (Casetti e Chio, 1999) - em 70% das pesquisas; seguida pela análise de conteúdo (Bardin, 2011) - 5%, análise do discurso (Foucault, 2012) - 5%; observação online qualitativa (Johnson, 2010) - 5%; análise fílmica (Vanoye E Goliot-Lété, 1994) - 5%; e outras partiram do Circuito da Cultura (Paul Du Gay et al., 1999; Johnson, 2006) - 10%. Isso mostra que a análise cultural-midiática não é uma abordagem rígida, logo possibilita que outras perspectivas metodológicas possam se agregar, criando combinações metodológicas, que dialoguem com os contextos e necessidades de cada pesquisa. De forma representativa, trazemos na Figura 1, os protocolos de duas teses (De Carvalho, 2021; Ortis, 2023) (Figura 3) apresentadas ao POSCOM/UFSM.



Figura 1: Protocolos das teses de De Carvalho (2021) e Ortis (2023).



Fonte: A partir de De Carvalho (2021, p. 51) e Ortis, 2023 (p. 41).

A abordagem da análise cultural-midiática contextualiza os meios de comunicação dentro da complexidade cultural, evidenciando como são moldados por dinâmicas políticas, históricas, econômicas e sociais, a partir da cultura viva e cultura registrada. Logo, destaca o contexto como um dos elementos centrais, desvendando interesses e tensões sociais que comumente explicam padrões sociais vigentes (Steffen; Henriques; Lisbôa Filho, 2018). Desse modo, a análise cultural-midiática abre a possibilidade de se compor de forma combinada e autoral métodos e técnicas, as quais de forma analítico-reflexiva, são utilizadas como ferramentas para responder a diversas problemáticas.

A **terceira fase**, elencada por Henriques e Lisboa-Filho (2019), é marcada pelo surgimento de categorias e tensionamentos analíticos pela perspectiva cultural. Nessa etapa, os



conceitos da teoria marxista, pelo viés da Teoria Cultural de Williams (1979), se tornam fundamentais nas pesquisas - seja como categorias analíticas ou como tensionadores dos resultados. Assim, ocorre a intersecção do produto midiático com os aspectos sociais que o envolvem. Os tensionamentos analíticos que estiveram sobressalentes nas pesquisas do GP são: hegemonia (Williams, 1979; Gramsci, 2002) - em 40% das pesquisas; estruturas de sentimento (Williams, 1979) - em 25% das pesquisas; tipificação (Williams, 1979) - em 20% das pesquisas; tradição (Williams, 1979) - em 5% das pesquisas; e mediação (Williams, 1979) - em 10% das pesquisas.

Olhando especificamente para os **objetos de pesquisa**, encontramos a predominância das grandes mídias, sendo: cinema analisado através de seus produtos, os filmes (Mendonça, 2021; Morais, 2021); a TV, vista a partir de programas (Santos, 2018; Henriques, 2016; Correa, 2016; Canabarro, 2015); telejornais (Silva, 2017; Steffen, 2016; Enninger, 2015); novelas televisivas (Nunes, 2020; Henriques, 2020), série televisiva (Ortis, 2019) e documentários televisivos (Dalla Pozza, 2018); jornal impresso e a imprensa (Ortis, 2023; Steffen, 2020) e portal jornalístico on-line, visto enquanto plataforma digital (Corrêa, 2018); além de objetos multimídia, como clipes musicais de artistas LGBTQIAPN+ conhecidos nacionalmente (Fagundes, 2021) e, por fim, a publicidade materializada nas campanhas publicitárias veiculadas nas mídias (Dalla Porta, 2021; De Carvalho, 2021; Ernesto, 2022). Essa multiplicidade de objetos e direciona-

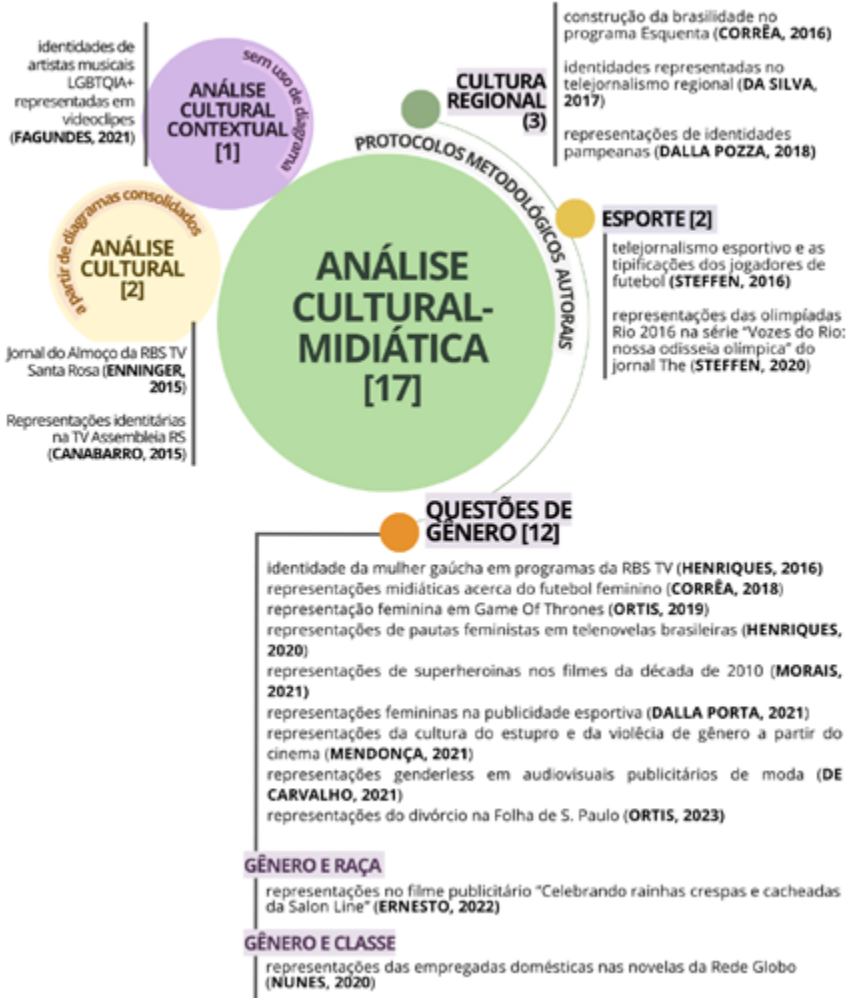


mentos demonstra o quão dinâmico, abrangente e plural pode ser a aplicação da análise cultural-midiática, e as incontáveis dinâmicas a ela agregadas.

A Figura 2, a seguir, **sintetiza todo esse percurso**, recém mencionado, de construção e consolidação metodológica do Grupo ao longo da década em busca de uma construção analítica autoral com profundidade crítica e densidade contextual. Ainda, ilustra e apresenta as primeiras duas análises culturais realizadas (Enninger, 2015; Canabarro, 2015) a partir da utilização de diagramas já consolidados; menciona a utilização da análise cultural contextual em uma pesquisa específica (Fagundes, 2021) e caminha pela variedade de temáticas de investigação, presentes também nas demais 17 pesquisas, as quais utilizaram a análise cultural-midiática como forma sistematização esquemática e combinatória.



Figura 2: Teses e Dissertações GP Estudos Culturais e Audiovisuais | POSCOM | UFSM (2013-2023).



Fonte: Os autores (2024).

Os resultados evidenciam a análise cultural-midiática, suas características e potencialidades, como protocolo capaz de considerar, observar, descrever e interpretar as mais



variadas relações sociais e culturais que ambientam variadas temáticas de pesquisa na área da comunicação. Mencionamos como um dos grandes ganhos desse tipo de análise às pesquisas da área, é a valorização e consideração de suas complexidades, incluindo o contexto dos objetos de análise.

Considerações Finais

Na análise, os Estudos Culturais, mostrou-se uma tradição intelectual válida para sanar e responder inquietações de diversos pesquisadores e em vários contextos, de modo interdisciplinar. Sua base reflexiva e crítica indica pensar nas constantes transformações nos âmbitos social, político e econômico, onde a cultura centraliza o percurso. Evidenciamos como a análise cultural-midiática surge, ao longo da década, nas pesquisas em comunicação desenvolvidas no POSCOM/UFSM por pesquisadores do GP Estudos Culturais e Audio-visualidades (UFSM), como uma abordagem que, baseada na análise cultural de Williams (1979), tem como propósito contribuir analiticamente às questões culturais considerando as complexidades midiáticas contemporâneas.

Sinalizamos ao longo do texto teses e dissertações que, ao utilizar a análise cultural-midiática, consolidaram uma abordagem materializada num protocolo de pesquisa autoral, que tensiona de forma analítico-reflexiva questões inerentes à cultura e à mídia. Além disso, essas pesquisas ilustraram a intersecção e movimentos dialógicos dos Estudos Culturais enquanto tensionamento teórico-metodológico, especial-



mente a partir da perspectiva cultural - com ênfase na cultura vivida e na cultura registrada (Williams, 1979), mostrando uma possibilidade rica, diversificada, interdisciplinar e potente. A construção analítica autoral, explicitada em cada pelo protocolo investigativo, possibilitou a profundidade crítica e densidade contextual necessárias às pesquisas da comunicação.

Portanto, a análise cultural-midiática se mostrou capaz de considerar, observar, descrever e interpretar as mais variadas relações sociais e culturais que ambientam as temáticas de pesquisa em comunicação que consideram o midiático e a cultura. A partir disso, evidenciamos a análise cultural-midiática como relevante para as pesquisas em comunicação, corroborando na problematização das identidades culturais (midiáticas) e das representações na mídia.

Referências

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011.

CANABARRO, T. D. **A representação das identidades gaúchas na televisão pública**: um estudo da TV Assembleia/RS. 2015. 199 p. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), Santa Maria, RS, 2015.

CANCLINI, N. G. **Consumidores e cidadãos**: conflitos multiculturais da globalização. 8ª ed. Rio de Janeiro, Editora UFRJ, 2010.

CARVALHO, L. de. **Representações genderless**: mediações entre cultura vivida e registrada em audiovisuais publicitários de moda. 2021. 239 p. Tese (Doutorado em Comunicação) – Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), Santa Maria, RS, 2021.

CASETTI, F.; CHIO, F. **Análisis de la televisión**: instrumentos, métodos y prácticas de investigación. Barcelona: Paidós, 1999.

CEVASCO, M. E. **Para ler Raymond Williams**. São Paulo: Paz e Terra, 2001.



COIRO MORAES, A. L. Epistemologia dos Estudos Culturais: da dialética ao materialismo cultural. *In*: 20º ENCONTRO DA COMPÓS, 2011, Porto Alegre. **Anais eletrônicos** [...] Campinas, Galoá, 2011.

COIRO MORAES, A. L. A análise cultural. *In*: 24º ENCONTRO DA COMPÓS, 2015, Brasília. **Anais eletrônicos** [...] Campinas, Galoá, 2015.

CORREA, R. S. **A construção da brasilidade**: uma análise cultural midiática de brasilidade no programa Esquenta. 2016. 119 p. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), Santa Maria, RS, 2016.

CORREA, L. B. **Que futebol é esse?** Uma análise das representações do futebol feminino no site globoesporte.com. 2018. 120 p. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), Santa Maria, RS, 2018.

DALLA PORTA, L. O. **Além dos noventa minutos**: as representações femininas na campanha “A copa das mulheres” da Rede Globo. 2021. 143 p. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – UFSM, Santa Maria, RS, 2021.

DALLA POZZA, D. F. **Representações de identidades pampeanas em programas documentais da região**: intersecções entre cultura vivida e cultura registrada. 2018. 189 p. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – UFSM, Santa Maria, RS, 2018.

DU GAY, P.; HALL, S.; JANES, L.; MACKAY, H.; NEGUS, K. **Doing cultural studies**: the story of Sony walkman. London: Sage, 1999.

ENNINGER, R. Z. **Análise cultural do telejornalismo local**: representação e identidade na RBS TV Santa Rosa. 2015. 199 p. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), Santa Maria, RS, 2015.

ERNESTO, C. B. D. **Publicidade antirracista da Salon Line**: uma análise cultural do filme celebrando rainhas crespas e cacheadas. 2022. 88 p. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), Santa Maria, RS, 2022.

ESCOSTEGUY, A. C. D. Uma Introdução aos Estudos Culturais. **Revista FAMECOS**, Porto Alegre, v. 5, n. 9, p. 87-97, dez. 1998.

ESCOSTEGUY, A. C. D. **Cartografia dos Estudos Culturais**: uma versão latino-americana. Belo Horizonte: Autêntica, 2010.

FAGUNDES, R. Q. **Identidades transviadas midiáticas em videoclipes e**



suas apropriações por pessoas trans. 2021. 145 p. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), Santa Maria, RS, 2021.

FOUCAULT, M. **A ordem do discurso:** aula inaugural no Collège de France, pronunciada em 2 de dezembro de 1970. Tradução de Laura Fraga de Almeida Sampaio. São Paulo: Edições Loyola, 2012.

GRAMSCI, A. **Cadernos do cárcere** - Literatura. Folclore. Gramática. Apêndices: variantes e índices. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2002.

HALL, S. Codificação/Decodificação. *In:* HALL, S.; SOVIK, L. (Orgs.). **Da diáspora:** identidades e mediações culturais. Belo Horizonte: UFMG; Brasília: UNESCO, 2003, p. 387-404.

HENRIQUES, M. N. **Identidade feminina gaúcha:** representações de gênero nos programas regionais Bah!. 2016. 139 p. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), Santa Maria, RS, 2016.

HENRIQUES, M.; LISBÔA FILHO, F. F. Análise cultural-midiática: desafios e perspectivas a partir do Grupo de Pesquisa Estudos Culturais e Audiovisualidades. *In:* MORAES, A. L. C.; JUNIOR, F. P. A.; LISBÔA FILHO, F. F. (Org.). **Estudos culturais na comunicação contemporânea.** 1ed. São Paulo: Cásper Líbero, 2019, v. 1, p. 37-57.

HENRIQUES, M. N. **Feminismo no horário das 9:** representações femininas e pautas do movimento feminista em telenovelas brasileiras. 2020. 309 p. Tese (Doutorado em Comunicação) – Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), Santa Maria, RS, 2020.

JOHNSON, R. O que é, afinal, Estudos Culturais? *In:* SILVA, T. T. (org.) **O que é, afinal, Estudos Culturais?** 3.ed. Belo Horizonte: Autêntica, 2006.

JOHNSON, R. **Pesquisa social mediada por computador:** questões, metodologias e técnicas qualitativas. Rio de Janeiro: E-papers, 2010.

LISBÔA FILHO, F. F. Contribuições dos estudos culturais para a construção de um protocolo de pesquisas voltado à produção de sentidos. **Questões transversais - Revista de epistemologias da comunicação**, v. 8, p. 31-39, 2020.

MARTÍN-BARBERO, J. **Dos meios às mediações:** comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro, EdUFRJ, 1987.

MARTÍN-BARBERO, J. **De los medios a las mediaciones:** comunicación, cultura y hegemonia. 5. ed. Bogotá: Convenio Andrés Bello, 1998.



MARTÍN-BARBERO, J. **Ofício de cartógrafo: travesías latinoamericanas de la comunicación en la cultura.** México, Fondo de Cultura Económica, 2002.

MARTÍN-BARBERO, J. **De los medios a las mediaciones: comunicación, cultura y hegemonía.** Barcelona: Universidad Autónoma Metropolitana de México, 2010.

MENDONÇA, F. P. **As representações da cultura do estupro e da violência de gênero a partir do cinema de Karim Aïnouz: uma análise dos filmes “O céu Suely” e “A vida invisível”.** 2021. 145 p. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), Santa Maria, RS, 2021.

MORAIS, M. V. **As super-heroínas no cinema: a tipificação das personagens femininas em filmes da década de 2010.** 2021. 167 p. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), Santa Maria, RS, 2021.

MOREIRA, S. V. Análise documental como método e como técnica. In: BARROS, Antônio; DUARTE, Jorge (orgs). **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação.** 2 ed. São Paulo: Atlas, 2008.

NUNES, L. S. **Elas passam o pano e enceram o chão, mas são quase da família: emprego doméstico e tipificações nas novelas da Globo entre 2012 e 2018.** 2020. 154 p. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – UFSM, Santa Maria, RS, 2020.

ORTIS, A. C. **Representações femininas em Game of Thrones: mediações entre os sete reinos e a contemporaneidade.** 2019. 160 p. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), Santa Maria, RS, 2019.

ORTIS, A. C. **Tipificações da instituição do divórcio sob as lentes do jornal Folha de S. Paulo entre 1970-1980.** 2023. 320 p. Tese (Doutorado em Comunicação) – Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), Santa Maria, RS, 2023.

SANTOS, B. T. A. **As representações das identidades femininas na série mulheres espetaculares do programa esporte espetacular.** 2018. 103 p. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – UFSM, Santa Maria, RS, 2018.

SILVA, F. F. da. **Identidades contemporâneas do oeste catarinense no telejornalismo regional.** 2017. 127 p. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), Santa Maria, RS, 2017.



STEFFEN, L. S. **Relações e tensões em campo**: tipificações e cultura vivida na série especial do Jornal Nacional com os jogadores da seleção brasileira. 2016. 175 p. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – UFSM, Santa Maria, RS, 2016.

STEFFEN, L.; HENRIQUES, M.; LISBOA FILHO, F. F. Análise cultural-midiática como protocolo teórico-metodológico de pesquisas em comunicação. In: XX-VII ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS, 2018, Belo Horizonte. **Anais [...]** Belo Horizonte: Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, 2018.

STEFFEN, L. S. **Favelas cariocas no The Guardian**: a cultura vivida e as representações dos impactos das Olimpíadas Rio 2016. 2020. 280 p. Tese (Doutorado em Comunicação) – Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), Santa Maria, RS, 2020.

STEFFEN, L. S.; HENRIQUES, M. N.; LISBOA FILHO, F. F. Análise cultural-midiática como protocolo teórico-metodológico de pesquisas em comunicação. **Intercom: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**. v 43, p. 21-39, 2020.

VANOYE, F.; GOLIOT-LÉTÉ, A. **Ensaio sobre a análise fílmica**. 6ª ed. São Paulo: Papyrus, 1994.

WILLIAMS, R. **Culture and Society**. Kansas City: Doubleday, 1958.

WILLIAMS, R. **Marxismo e Literatura**. Rio de Janeiro: Zahar, 1979.

WILLIAMS, R. **La larga revolución**. Buenos Aires: Nueva Visión, 2003.



INDISCIPLINA METODOLÓGICA: BREVE PANORAMA DA CONTRIBUIÇÃO DECOLONIAL E FEMINISTA PARA AS PESQUISAS EM COMUNICAÇÃO

Vera Sirlei Martins
Rosane Rosa

Desde uma mirada feminista, a escolha da perspectiva metodológica é uma opção política que perpassa todas as fases de uma pesquisa. Ela indica o posicionamento das pessoas que pesquisam e serve de guia para os caminhos a serem percorridos, para as escolhas e para as decisões tomadas. Essa opção se traduz também em compromissos sociais para com a sociedade da qual pesquisadoras e pesquisadores fazem parte. Assim, o objetivo deste texto é apresentar um panorama de reflexões dentro dos campos do Pensamento Decolonial e dos Estudos Feministas e de Gênero,¹ com foco no que estes repertórios teóricos oferecem para a elaboração

¹ A íntegra dessas discussões estão disponíveis em: MARTINS, Vera Sirlei. **Cria tua casa, cria teu futuro: experiências e práticas sócio-políticas na comunicação em rede das mulheres brasileiras e moçambicanas**. 2019. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, RS, 2019. A pesquisa foi financiada pela Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES), por meio do Projeto Educomunicação Intercultural - Programa Abdias Nascimento.



de abordagens metodológicas em Comunicação. O recorte é para pesquisas engajadas na construção de conhecimentos que sirvam para a promoção da justiça de gênero. Dialogamos com autoras e autores que declaram esse mesmo tipo de compromisso.

Do ponto de vista metodológico, este percurso está orientado pela hermenêutica da suspeita, proposto pela teórica Elisabeth Fiorenza (2009), que indica que um texto ou a realidade não devem ser tomados ao pé da letra. A autora propõe que esses devem ser sempre problematizados no sentido de investigar a função que desempenham na reprodução das condições de dominação social (Fiorenza, 2009). Assim, entendemos que essa hermenêutica é um exercício necessário para atuação de pesquisadoras e pesquisadores ao nos lembrar constantemente de suspeitar da autoridade internalizada dos textos acadêmicos. Sua função é questionar e desmistificar as estruturas de dominação inscritas nos textos e nas nossas próprias experiências.

Uma hermenêutica da suspeita não deve ser confundida com uma hermenêutica da descoberta - que assume que no mundo existe alguma ordem natural que pode ser descoberta. Na perspectiva da autora, a hermenêutica da suspeita analisa criticamente as estratégias dominantes de produção de sentido, para tornar visíveis os papéis e valores implicados em pares dicotômicos como feminino/masculino, superior/inferior, nós/ele. Assim, este movimento metodológico é particularmente relevante no contexto de investigações que se propõe



a uma escuta atenta da fala das mulheres. A metodologia nos ajuda a balizar as escolhas teóricas e dá suporte para uma vigilância interrogante sobre os processos de pesquisa.

Para atender ao que nos propusemos, o texto está organizado em três partes. As duas primeiras são dedicadas a reflexões que nos oferecem elementos para desnaturalizar o processo da construção de problemas de pesquisa. Na terceira e última parte, sintetizamos a noção de “tarea decolonial” (Haber, 2011) no âmbito metodológico.

A construção de uma situação de investigação

A expressão “o pessoal é político”, que é uma frutífera síntese das reflexões da segunda onda do feminismo, ainda faz sentido para a compreensão da situação das mulheres em sociedade, pois serve de eixo articulador das inúmeras variáveis que compõem as práticas feministas. Assim, os múltiplos feminismos existem em resposta às diferentes necessidades e preocupações de diversas mulheres, definidas por e para elas. Essa pluralidade reflete a necessidade de buscar a interseção das opressões que atuam sobre as vidas femininas, dar visibilidade para as distintas visões do que representa a libertação das mulheres, além de evidenciar os quadros epistemológicos que acolhem tais reflexões.

Nesse ponto de vista, Norma Blazquez Graf (2012) lembra que os estudos das ciências desde uma perspectiva de gênero - ou crítica feminista da ciência -, são sistematizados desde o final dos anos 1970. “La epistemologia feminista [...] abor-



dando la manera en que el género influye en las concepciones del conocimiento, en la persona que conoce y en las prácticas de investigar, preguntar y justificar” (Graf, 2012, p. 22).

Na mesma linha de pensamento, Isabel Casimiro afirma que “o que distingue, deste modo, a pesquisa feminista de outras é um cometimento ético e político para com o feminismo, para com as mulheres, para que haja relações de gênero mais solidárias” (Casimiro, 2014, p. 108). Assim, a produção de conhecimento é mais um âmbito de desigualdades em que as mulheres fazem enfrentamentos, negociações e criam estratégias de resistência, abrem brechas nos sistemas de opressão para transformar suas vidas. Nessa perspectiva, um dos temas da epistemologia feminista é a crítica aos marcos de interpretação da observação. A corrente chama atenção para a dependência da lógica dicotômica. Essa esconde relações sociais hierarquizadas, em que o primeiro elemento exerce privilégios sobre o outro, e tem a tendência a conceitualizar pessoas abstraindo-as de seu contexto social, ou seja, para desumanização dos processos de produção de conhecimento. Nesse contexto de reflexão, e a partir de uma epistemologia feminista crítica e propositiva, é possível estabelecer um diálogo com os estudos pós-coloniais e decoloniais.

Desde o pensamento pós-colonial temos a denúncia de Gayatri Spivak (2010, p. 121), que diz que “não há nenhum espaço a partir do qual o sujeito subalterno sexual possa falar”. Embora esse pensamento da autora seja útil para contextu-



alizer a situação das mulheres, parece que as encerra em um lugar sem saída, de imobilidade, de impotência e de silêncio. Portanto, é necessário perguntar se tal silêncio das mulheres é a sua impossibilidade de fala ou é resultado dos procedimentos de escuta. É necessário refletir se essa ideia de que o subalterno não pode falar não carrega em si um entendimento sobre os lugares onde as falas deveriam acontecer. No caso das mulheres é relevante pensar no deslocamento da escuta para espaços mais horizontalizados, partir do reconhecimento de que as mulheres falam entre si, e que nem todas poderão recorrer aos lugares onde a sociedade imagina que elas deveriam falar, como por exemplo, o espaço autorizado das instituições e serviços públicos².

Nessa mesma linha de raciocínio, a partir da perspectiva decolonial, José Gandarilla (2016), vai um pouco além. O autor avança nas críticas ao pensamento moderno/colonial e seus sistemas de categorias universais, hierarquizadas e homogeneizadoras para recusar o lugar de imobilidade. Para

² Essa reflexão foi inspirada pela apresentação oral realizadas pela pesquisadora Raquel Lima, na mesa “**Pode a subalterna falar?**”, no Colóquio Internacional *Cem anos que abalaram o Mundo: hipóteses emancipatórias*, que teve lugar na Faculdade de Economia da Universidade de Coimbra – Portugal, nos dias 24 e 25 de novembro de 2017.



o autor, o problema está nas categorias universais – como o subalterno – que encerram os sujeitos em rotulações pré-determinadas, escondem suas práticas e silenciam suas vozes, sem reconhecê-los como interlocutores.

Gandarilla (2016) alerta que reconhecer as marcas do projeto colonial passa pela necessidade de compreender seu poder classificatório e de constante redução da complexidade do outro – que fica limitado a um rótulo: mulher, indígena, negro –, de sua ética e suas práticas, e assim, devasta a diversidade humana. Dentro desse contexto, o desafio permanente, metodológico e político é o de “desuniversalizar” as categorias classificatórias e explicativas.

A partir dessa compreensão é possível vislumbrar que, ao revisar as categorias de análise, será possível dar visibilidade a outros repertórios de resistência, que, no caso dos movimentos de mulheres, por exemplo, passam por aspectos da corporeidade e da cultura da oralidade. Na perspectiva de Gladys Tzul Tzul (2016), isso significa revelar as possibilidades de insurgência contra as versões hegemônicas dos fatos para uma compreensão sensível das lutas.

De acordo com a autora, a compreensão sensível acolhe o ponto de vista das mulheres e das ideias que elas formulam quando estão ocupadas com o mundo da reprodução da vida: cuidado com os filhos, ao lavar roupa, preparar alimentos ou ao velar os doentes. Nesses momentos as mulheres elaboram cálculos e desejos para a organização da vida cotidiana.



Considerando tal crítica, Tzul Tzul (2016) evita o par analítico inclusão/exclusão e lembra que os conceitos são próprios da cultura liberal, em que a inclusão significa participar dos esquemas da sociedade de consumo/liberal. Ao tratar dos problemas das mulheres indígenas (e outras subalternas) desde a chave inclusão/exclusão, se assume que elas estão fora das tramas da vida de suas comunidades, o que é falso. A autora afirma que as mulheres participam sempre, mas essa é limitada e hierarquizada: elas estão incluídas e participam sob um papel específico e generificado (Tzul Tzul, 2016).

O pensamento elaborado no contexto dos estudos decoloniais incita à reflexão sobre a geração de conhecimento a partir de outras fontes, como afirma Adélia Miglievich-Ribeiro (2014, p. 79): “Tais incitações virão impactar a agenda de pesquisas contemporânea contemplando distintos tópicos, tais como o papel das novas tecnologias, as políticas de propriedade intelectual”.

O papel das novas tecnologias – a digital especificamente –, que nos interessa como pesquisadoras da área, também é multifacetado. Nesta direção, Daniel Miller e Heart Host (2015) nos oferecem um diálogo instigante ao afirmarem que “o digital, assim como toda cultura material, é mais do que um substrato; está constituindo-se como parte do que nos faz humanos” (2015 p. 99).

Nessa perspectiva, o universo digital nas suas dimensões tecnológica, econômica e social também pode ser interrogado quanto ao seu papel no que Spivak (2010) chama de “uma violência epistêmica”. Ou seja, como participante de um



projeto vasto e heterogêneo de constituição do sujeito colonial como o Outro, em que a narrativa tomada como normativa é a do colonizador sobre o subalterno colonizado.

Nesse sentido, Isabel Casimiro (2014) aponta que a colonização transformou as relações sociais existentes entre a população local no seu país, Moçambique. Nesse processo muitas mulheres perderam espaços que eram de seu domínio, ou onde compartilhavam espaços de poder com os homens. Porém, nos diz a autora que “[...] a participação das mulheres em diversos assuntos não cessou. A sua participação e poder de decisão são diversos e de acordo com o seu estatuto, com a sua classe, idade, posição social, cor da pele, etnia, religião” (Casimiro, 2014, p. 81).

Conforme lembra a autora, as mulheres não pertencem às elites que dispõe das estruturas de poder, então suas vozes e práticas, em um sistema hegemônico liberal, não têm espaço. Por isso, a popularização da comunicação que se dá no meio digital trouxe mais uma perspectiva de acesso, produção e circulação de conteúdo, disseminou ideias e compartilhou práticas.

No cenário mundial, as grandes manifestações sociais dos últimos anos (especialmente a partir de 2013) evidenciam a centralidade do ambiente digital e dos dispositivos móveis na mobilização e nas condições de segurança de quem



foi às ruas exigir transformações³. Em todos os protestos a perspectiva feminista perpassou esse cenário de manifestações, seja ao assumir pautas específicas, ou ao emprestar o aporte teórico-crítico para a análise da conjuntura mundial. De acordo com Castells (2013), é a “revolução dentro da revolução”, colocada em marcha pelas mulheres, que, individual e coletivamente, são hoje uma presença organizada nas redes sociais na internet.

Desde então, segundo Casimiro (2014), os movimentos de mulheres dos países africanos têm ganhado projeção nos debates sobre o que significa transformação social sob a perspectiva feminina. Essa projeção tem sido facilitada pela internet, pois rompe as barreiras espaciais e econômicas que envolvem o “estar juntas” nos espaços de discussão.

No contexto das múltiplas revoluções postas em marcha e visibilizadas com o aporte das tecnologias digitais, Tzul Tzul (2016) traz uma reflexão sobre a noção de transformação. Nesse caso, a autora chama a atenção para o fato de que geralmente não se toma em conta que, ao mesmo tempo em que algo se transforma, algo se conserva. Esse pensamento é uma crítica à ideia revolucionária de transformação, de que é preciso destruir e desfazer tudo que existe e reconstruir tudo a partir do nada. Tal ponto de vista é útil também para combater

³ O pesquisador Manuel Castells fez um mapeamento e uma rica descrição das manifestações ocorridas no período. O trabalho está sistematizado no livro **Redes de Indignação e Esperança. Movimentos sociais na era da internet** (2013).



a crítica aos movimentos organizados nas redes sociais digitais, que desconsidera sua legitimidade e questiona sua efetividade enquanto luta social. É preciso lembrar que o uso das redes é uma das faces da trama histórica dos movimentos, que atualiza e expande possibilidades, bem como promove acesso e abre espaço para as vozes subalternas.

Para a autora, a transformação social advém do impulso da capacidade humana de produzir e reproduzir formas coletivas de viver no mundo a partir de outra maneira que não seja a de dominação, de exploração e privação: “[...] la transformación deja de estar centrada em la totalidad de relaciones de dominación, abriendo paso más bien para la posibilidad de/ formar, re/formar lo existente a partir de esfuerzo colectivos situados y específicos” (Tzul Tzul, 2016, p. 172).

A presença das mulheres na internet marca o momento histórico de integração das ações nas mídias sociais digitais ao projeto feminista. Miller e Horst (2015) apresentam uma reflexão fértil para aprofundar a compreensão do contexto já descrito por Castells (2013). Os autores afirmam que “[...] a internet sempre é uma invenção local pelos seus usuários” (Miller; Horst, 2015, p. 102). Assim, mesmo ao considerar o contexto das desigualdades sociais que incidem sobre o acesso, o aparato tecnológico ganha sentido na medida em que é incorporado no cotidiano das pessoas, integrado às suas atividades e seus vínculos.

O uso das tecnologias e das redes sociais digitais têm um significado relevante para pensar a situação das mulheres.



Casimiro (2014), ao refletir sobre a radicalização dos projetos liberais nos países pobres, afirma que estes fazem desaparecer as instituições intermediárias entre as bases sociais e os poderes máximos, e que por outro lado, as instituições formais estão inoperantes devido à falta de alternativas que oferecem. Então, nesse contexto, as redes entre mulheres – das quais as digitais ocupam um lugar importante – atuam de forma autônoma à margem dessas instituições, e podem surgir como alternativa. Isso ocorre tanto como forma de ajuda mútua como espaço de organização, pertencimento e de reivindicação, e mediação com os poderes institucionais.

A pesquisadora Rosalía Winocur (2009) também contribui para pensar o uso da internet por parte das mulheres, aportando um conjunto de aspectos a serem considerados nesta área de pesquisas. A autora parte do entendimento que vivemos um contexto de incertezas pessoais e institucionais, e que nesse caso as redes e conexões facilitadas pelas tecnologias digitais ganham importância porque participam da gestão dessa incerteza. Isso porque a internet e os dispositivos móveis nos possibilitam “recrear y nombrar permanentemente los vínculos familiares, creando realidades paralelas donde se multiplican los escenarios que nos confirman una y otra vez que existimos y que los otros existen para aliviar el sinsentido que nos provoca la incertidumbre” (Winocur, 2009, p. 85).



Assim, as reflexões da autora permitem vislumbrar como seus usos se articulam à vida das pessoas. A partir do uso das redes, as mulheres elaboram suas versões sobre os acontecimentos, como nos casos de violência, que assim ganham novos espaços de visibilidade e circulação, e impulsionam engajamentos individuais e coletivos. Ao acessar as versões postadas, outras mulheres podem reelaborar o entendimento do que lhes afetou/afeta. Dessa forma, podem “generar múltiples y diversos escenarios de ensayo, montaje y conexión de las piezas extraviadas” (Winocur, 2009, p. 89), reconstruindo suas histórias e ressignificando sua autopercepção. Esse movimento, concordamos com a autora, pode ser compreendido em termos de visibilidade e capital social.

A partir dos relatos que as mulheres disponibilizam on-line, é possível pensar junto com a autora de que, quanto mais eles circulam, mais visíveis se tornam suas versões sobre a sociedade, e isso fortalece simbólica e politicamente suas vozes. Sendo assim, o movimento político de trazer “o pessoal” para o espaço público, que já existia antes da emergência da internet, ganha agora um suporte estratégico, os sites de redes sociais⁴. Com essas considerações a autora evidencia a necessidade de suspeitar de análises apressadas, ou catastróficas, sobre os impactos das tecnologias nas lutas sociais.

⁴Do ponto de vista teórico, os termos como redes sociais, sites de redes sociais, mídias sociais têm definições e empregos específicos (Recuero, 2009); já para as pessoas usuárias da internet nem sempre têm conhecimento ou fazem diferença entre eles quando se referem às suas práticas.



Nessa perspectiva, a compreensão da emergência do uso social das redes na internet pode se articular mais uma vez ao pensamento crítico do projeto colonial. Nesse projeto a palavra existiu para encobrir, e não para revelar e a história das/os subalternos/as. A história destes está registrada em outros arquivos, em outros repositórios que podem ganhar, com a digitalização, um espaço mais estável e encontrável, figurando legitimamente no mesmo lugar onde estão outros grandes debates da atualidade. Como afirma Casimiro (2014, p. 110), “recuperar a história das mulheres é fundamentalmente um trabalho de reconstrução das expressões das mulheres, das suas ideias, das suas acções, das suas aspirações, na primeira pessoa”.

Retomando o pensamento de Tzul Tzul (2016), é possível olhar para essa reconstrução e compreender o que querem as mulheres nesse esforço de transformação social. Desde o pensamento de Spivak (2010), que já afirmava que a sociedade doméstica molda a sociedade política, Tzul Tzul (2016) traz para o centro de suas análises o mundo da reprodução da vida, em que estão imersas as mulheres. É a partir desse lugar que elas elaboram seus desejos como vontade coletiva, na luta “para fora”, junto com os demais membros da comunidade. Há uma busca pela preservação de conquistas e direitos, conservando desde “dentro” a consciência de que a participação nessa trama está situada pelo gênero feminino.

Ao pensar nas distintas circunstâncias dessa condição situada do feminino, a autora toca nos desafios do debate



interseccional como mais um aspecto a ser considerado na produção de conhecimento sobre as mulheres. Ela entende que o caminho é encontrar semelhanças nas formas de opressão sem deixar de reconhecer e ressaltar o conjunto de variações particulares e específicas. Ou seja, trabalhar com a noção de que não pode haver um feminino abstrato, mas sim um feminino situado.

Para Tzul Tzul (2016), o que está em questão é a luta conjunta, desde a condição de mulheres, para poder dispor de si⁵ mesmas. A partir disso, é fundamental reconhecer seu campo estratégico de lutas, do qual o universo acadêmico é parte integrante, onde se estabelecem uma série de táticas para organizar a vida, com esforços no sentido de burlar o poder e a ordem simbólica, para escapar da certeza dos discursos e das práticas que insistem em constituir, ou obrigar as mulheres a se ajustarem na dicotomia vítima/heroína.

Trata-se de recusar a ideia de que as mulheres sempre foram oprimidas de uma forma “aplastante”, para poder encontrar e visibilizar as formas variadas nas quais elas impulsionaram e fizeram valer suas capacidades, principalmente nas formas comunitárias de reprodução da vida (ou em

⁵ [...] disponer de una misma significa basicamente tener la posibilidad de desplegar el deseo en condiciones situadas. Las condiciones en las que existimos establecen límites y simultáneamente abren posibilidades, el deseo desplegado en tal sentido es algo así como una energía individual y colectiva capaz de erosionar y mover esos límites y ampliar por tanto las posibilidades de disposición de una misma (Tzul Tzul, 2016, p. 190).



redes). “[...] de ninguna manera considero que el acto político de resistir se encuentre sólo atravesado por sufrimiento y dolor. Más bien, las luchas de las mujeres y los hombres han de ser interpretadas a partir de la imaginación y creatividad [...]”. (Tzul Tzul, 2016, p. 198). Então é preciso estudar os vínculos das mulheres com outras mulheres, “por que es principalmente de las relaciones entre mujeres desde donde se habilita el reconocimiento de los deseos y se consigue la fuerza para desplegarlos” (Tzul Tzul, 2016, p. 176).

A autora resgata a noção do impulso e da potência do desejo feminino como forma de subversão dos limites impostos pelo caráter patriarcal nas diversas esferas da vida.

Dessa forma, a autora reitera que não se trata de omitir as circunstâncias onde estamos inseridas e que nos limitam a capacidade de dispormos de nós. Mas sim de reconhecer e afirmar que não somos a determinação mecânica das pessoas e estruturas com as quais nos relacionamos. Nesse sentido, o desafio é gerir nossas trajetórias individuais, e seguir na produção de luta coletiva para criar condições para vivermos em “tramas comunitário-comunais” – ou em redes – e ter nisso uma base concreta e afetiva para resolver nossos problemas.

Nessa mesma linha de pensamento, Casimiro (2014) lembra que as investigações sobre as mulheres (especialmente em África) demonstram que elas mantêm diversas formas organizativas tradicionais. Como uma síntese desses movimentos de mulheres, a autora destaca o lugar de impor-



tância da subjetividade e dos processos individuais na construção dos sujeitos e identidades: a reivindicação do corpo como lugar físico, psicológico e discursivo, a partir do qual é possível controlar, mas também libertar os indivíduos, e a movimentação em espaços comunitários que dão visibilidade a gestos de politização da vida quotidiana (Casimiro, 2014).

A centralidade do corpo, como esse lugar físico e discursivo, também encontra eco nas reflexões de Ana Lau Jaiven (1998). Na perspectiva da autora

Para las mujeres los intereses fundamentales están contenidos en el cuerpo y éste está atrapado en la representación, ya que es el objeto supremo de la representación, del deseo, en todas las esferas, artísticas, médicas, en los medios de comunicación, entre otros y es por medio de la diferencia sexual que las mujeres rescatamos la importancia que adquiere nuestro cuerpo. (Jaiven, 1998, p. 3).

Neste contexto, para pensar esse lugar físico e discursivo, retomamos o pensamento de Spivak que começa por interrogar quem fala “pelas mulheres”. Nesse caso ela interroga sobre o papel da/o intelectual que acredita poder “falar pelo outro”: a/o subalterna/o, para contar de suas práticas de resistência. A autora denuncia a relação de “cumplicidade” do discurso intelectual com o discurso hegemônico que se efetiva na construção desse Outro como objeto de conhecimento.

Retomamos aqui a relevância das práticas comunicacionais – como as facilitadas pela internet – em que as mulheres têm mais oportunidades de falarem entre si, sem a mediação



de instituições, e de fazerem a autogestão dos recursos de fala, compartilhamento e escuta. Um recurso para pensar sobre os cenários de disputa em torno dos discursos intelectuais hegemônicos que nomeiam o Outro vem da noção de indisciplina de Alejandro Haber (2011). Na concepção do autor, quando olhamos para esta/e subalterna/o, para esta/e outra/o, não deve ser para conhecê-la/o, mas, para levá-la/o a sério. No caso das mulheres, por exemplo, significa criar condições teóricas e metodológicas para ouvir e conhecer o que elas querem, o que falam entre elas.

Nesse sentido, Jaiven (1998) aponta a possibilidade de recuperar dimensões tanto subjetivas como objetivas das e dos interlocutores em diversos temas como “el trabajo, la política, la subjetividad o la vida cotidiana, al mismo tiempo que cuestionan la visión tradicional de que existen atributos de comportamiento específicos para hombres y mujeres” (p. 1). Esse pensamento inscreve o pensamento da autora nas abordagens de gênero ao afirmar a importância dessa categoria interpretativa. Assim, a autora aposta nos gestos investigativos de dar visibilidade às minorias que estão à margem dos discursos hegemônicos para reconhecer a cultura falada e valorizar a subjetividade nos relatos individuais.

Nessas reflexões nos interessa, sobretudo, a noção de recuperação da palavra pelas mulheres. Não que elas alguma vez tenham deixado de falar, mas por vezes foram silenciadas ou silenciaram estrategicamente. Então, consideramos que, junto com o digital, emergiu mais um espaço



comunicacional que permite que elas retomem a palavra, saindo da invisibilidade e do aparente silêncio.

A escuta das mulheres proposta pela autora encontra eco na “metodologia indisciplinada” de Haber (2011). Nessa perspectiva, o autor critica as formas tradicionais de fazer pesquisa, que não reconhecem o tempo do cotidiano. Por isso, é necessário seguir pelos caminhos que os protocolos não recomendam, que os métodos reprimem e assim acessar conhecimento em estado de mudança. E conhecimento em estado de mudança é conversação. Mas uma conversação em determinadas condições.

Em primeiro lugar, na visão do autor é uma conversação com sujeitos subalternos, ou com a face subalterna dos sujeitos; não é instrumental que se limite a recolher informações sobre como os sujeitos atribuem sentido à realidade, mas uma conversação com os outros sentidos da realidade, algo que nos interpela, e que cedo ou tarde nos comova.

Em segundo lugar, é uma conversação com os movimentos sociais, comunidade ou coletivos politicamente mobilizados para enfrentar o sistema hegemônico. Em terceiro lugar, é uma conversação ampliada, que inclui atores que não seriam considerados como relevantes nos tradicionais protocolos metodológicos (Haber, 2011). Uma vez estabelecidos o desejo e as condições para a conversação, se efetiva não uma problemática de pesquisa construída numa posição hierár-



quica – pesquisadoras/pesquisadores e o Outro -, mas uma “situação de investigação” (Haber, 2011).

Nesse sentido, quando pensamos nas pesquisas em comunicação, uma situação de investigação é uma conversa onde se articulam muitas vozes. As vozes teóricas, as vozes das mulheres e as vozes das pessoas que fazem pesquisa. Assim, uma investigação comprometida com a transformação social tem a tarefa de construir espaços propícios para o encontro dessas vozes e permitir que todas se ouçam e falem em reconhecimento e solidariedade.

O lugar de encontro das vozes que queremos ouvir, e de onde também falamos, no campo da Comunicação, tem na internet um lugar privilegiado de análise. E é para os seus limites e possibilidades que os estudos devem “apontar suas armas” para fazer emergir a presença e as práticas das mulheres, junto com a compreensão de seus significados.

Para indisciplinar os problemas de pesquisa

A construção dessa situação de investigação só é possível a partir de um processo de problematização dos objetos de pesquisa. “Toda investigación disciplinada comienza con un problema, precisamente porque es el problema el que promete que exista una investigación así como la huella promete que haya un rastreo hacia un objetivo previsible” (Haber, 2011,



p. 12). Então, para o autor o “problema é nosso problema”. Diz-nos Haber (2011) que se não problematizamos nossa relação com o problema, nos deixaremos levar para os lugares que a institucionalidade da ciência nos reserva, com seus papéis, objetivos, missões e linguagem. Assim, vamos reproduzir tais estruturas e desfrutar nosso lugar nelas. E este é um lugar de privilégio, do qual devemos suspeitar para ter consciência que usufruímos de um conhecimento que se sabe tão autossuficiente que pode atribuir valores ao mundo.

Nesse contexto, é necessário problematizar (suspeitar) a relação que temos com nossos problemas de pesquisa, porque a esperança de transformação social não é somente uma utopia, “sino un hueco en la carne de cada uno, cuyo contorno está dibujado por las ausencias que nos habitan desde que nos duele el alma la internación de lo hegemónico (Haber, 2011, p. 14).

Essa mentalidade de suspeita permite ainda perceber que quando o pensamento pós-colonial aspira aos espaços acadêmicos corre o risco de se tornar disciplinado e passar a operar a partir de e como o sistema colonial. Por isso, a razão decolonial é uma atitude que deve se traduzir em uma competência/prática. Para Haber (2011), somente se desconfiamos do mundo e do lugar que temos reservado nele é que podemos problematizar essa relação pesquisado/ problema.

Uma das maneiras de efetivar a problematização é indisciplinar a ciência, e como medida radical indisciplinar a metodologia e seus pressupostos. Nessa proposição, uma



investigação indisciplinada deve refletir sobre suas tentativas de objetificação (construção do objeto) para desconstruí-los e desarticulá-los. Haber (2011) aponta que, ao não haver objeto, não haverá pesquisadora ou pesquisador e se rompe a sequência da linearidade temporal da produção de conhecimento e sua distribuição.

E como se faz pesquisa sem pesquisadoras/res e sem objeto? A resposta que Haber (2011) elabora é a proposição de uma “situação de investigação”:

Las conversaciones con los sujetos y colectivos populares, movimientos sociales y comunidades locales, en fin, junto a quienes se forman solidaridades duraderas en las que nos reconocemos mutuamente, son la situación de la investigación. (Haber, 2011, p. 23).

De acordo com o autor, na investigação indisciplinada as relações não são independentes das relações sociais, ao contrário, estão amarradas a ela, em conversação e solidariedade. Contudo, Haber (2011) pondera que toda essa crítica à academia e suas práticas disciplinares não pode se dissolver em uma generalização crítica sem encaminhamentos. Assim o autor propõe algumas perguntas para evitar a crítica vazia: como são as relações sociais que mantenho com aquele que enunciei como objeto? Com quem conversei? Como cheguei até eles? O que tive que entregar de mim? O que me comoveu do mundo, e que agora trato como problema?

Na condição de pesquisadoras tocadas por essas leituras, podemos afirmar que o que nos comove no mundo



das mulheres – do qual somos parte – cujas histórias e experiências reivindicamos que se reconheça como conhecimento produzido, é a persistência dos sistemas de opressão. Comove-nos que, após tantas energias empregadas em desvendar esses sistemas, eles ainda resistam e se atualizem, e que isso, na vida de muitas mulheres, é signo de morte. Comove-nos que ainda não possamos garantir uma vida segura e com garantias de direito às meninas que nascem hoje. Comove-nos que, apesar da dureza das experiências, resistimos e temos esperanças.

Nessa linha de raciocínio, Ana Lau Jaiven (1998) também contribui para a reflexão sobre o envolvimento pesquisadora/os e sujeitas/os da pesquisa, explicitando a relação hierárquica. Ela chama atenção para os aspectos em que se articulam e incidem uma sobre a outra, as subjetividades da narradora e da pesquisadora, sendo que o produto desse encontro será uma elaboração desta última: “la investigadora, que incorpora su propia subjetividad e interpreta la palabra de otra y para ello se vale de una história de vida” (Jaiven, 1998, p. 1).

Voltamos ao conjunto de indagações proposto por Haber (2011), a partir do qual o autor sugere que a investigação indisciplinada faz de um problema de pesquisa uma situação de pesquisa, em que nos ajudemos e nos deixemos ajudar por essas relações “para subjetivarnos desde otros lugares que no sean los que institucionalmente nos llevan a construir nuestro privilegio epistémico. Esos otros lugares son de reconocimiento, de aprendizaje, y de solidaridad” (Haber, 2011, p. 18).



O autor fala do reconhecimento como um território que não conhecemos e do qual nos aproximamos, e que mesmo sem conhecê-lo podemos nos relacionar com ele. “El reconocimiento es un conocer que nos revela cuán poco conocemos, y nos propone relaciones concretas y a concretar” (2011, p. 18). O reconhecimento é como voltar a conhecer, reestabelecer relações entre as palavras e as coisas, e, por fim, como aceitação de que as coisas são diferentes das nossas crenças.

Já a aprendizagem é a compreensão de que não aprendemos a aprender. O que nos ensina a aprender é a conversação, ou seja, de fazer visões de si mesmo em relação aos outros. Assim, a aptidão para conversar é a atitude na direção uma conversação que nos interpela e nos toca. E por fim, a solidariedade, compreendida pelo autor como uma corrente afetiva que se orienta para criar vida e subjetividades ampliadas que se estabelecem no tempo, requer responsabilidades, compromissos e sustentação.

O autor nos incita à auto indagação, para descobrirmos onde vive a nossa escrita e a nossa pesquisa, cujos lugares costumam estar muito longe de onde temos as mais sólidas e duradouras relações de solidariedade. Isso ocorre porque durante nossa formação disciplinar, incorporamos a linguagem que, além de domesticar a solidariedade que nos constitui, acomoda nossas inquietações (Haber, 2011).

Quando pensamos nas investigações que articulam experiências e práticas de mulheres no campo da Comuni-



cação, buscamos “armas” para apontar na direção das opressões e cativoiros das mulheres (Lagarde, 2005). Estas podem “morar” nas redes que sustentam a prática de relatar histórias e experiências – redes digitais e de mulheres e nos desejos e projetos das mulheres ao se apropriarem das práticas comunicacionais em rede.

É certo que, dada a socialização acadêmica da qual somos resultado, ainda não vamos romper com todas as disciplinas do campo, ainda vamos nos acomodar instrumentalmente em diversos conceitos e práticas sem indiscipliná-los. Mas, desde uma honestidade crítica, aspiramos a manutenção de um estado de vigilância.

Considerações finais: a tarefa de decolonizar a metodologia

Com o objetivo de apresentar um breve panorama de reflexões teóricas dos campos do Pensamento Decolonial e dos Estudos Feministas, a fim de mostrar o que eles oferecem como recurso metodológicos para pesquisas em Comunicação que estão comprometidas com a promoção a justiça de gênero, reunimos uma diversidade de vozes. Ao ouvi-las, compreendemos que as práticas comunicacionais ligadas à internet, quando compreendidas desde uma mirada decolonial, mostram as brechas nas relações de dominação frente à mídia hegemônica e aos espaços de participação social da democracia representativa.



Lutas e reivindicações situadas e específicas têm nas redes mais condições de disputar versões da realidade e de nomear opressões e opressores. É essa compreensão que nos permite seguir a recomendação de Tzul Tzul (2016), de considerar a condição situada de mulheres e homens, a partir da qual conseguem e podem escamotear e burlar a dominação, porque podem ler suas regras e não só as enfrentar diretamente, como também jogar com elas.

Assim, no contexto da produção de conhecimento, ao pensar nossas pesquisas e suas abordagens metodológicas, Haber (2011) assegura que há “una tarea decolonial” que é difícil, é instável e de longo prazo, pois se trata de desprender-se de linguagens e de desmontar os artefatos e dispositivos que operam dentro dos poderosos mecanismos coloniais. Acrescentamos que, para começar essa tarefa, é preciso reconhecer que somos parte integrante de tais mecanismos. Nesse sentido, o autor nos lembra que, entre os mecanismos mais poderosos, estão os que se encontram nas “disciplinas académicas, y entre ellas resaltan las que establecen lenguajes que consolidan las visiones hegemónicas sobre la diferencia, la historia y el territorio” (Haber, 2011, p. 35).

Para o autor, essa tarefa está ligada à noção radical de “indisciplinar a metodologia”, que consiste em manter a atenção ao que acontece às margens do nosso olhar, e que só poderá ser percebido se o desviarmos para lugares não previstos. Segundo Haber (2011), essa é uma das únicas possibilidades de nos percebermos em lugares onde nunca



havíamos pensado em estar. Essa perspectiva reforça a ideia de “situação de investigação”, em que a produção de conhecimento e suas condições não são uma esfera autônoma da vida, mas estão articulados a ela, constituídos nela.

Essa tarefa decolonial é a base para o desafio de migrar de categorias universais para categorias universalizáveis, como nos convoca Gandarilla (2016). Para o autor, é necessário acontecer uma negociação – democrática e coletiva – com os grupos que representam a diversidade humana. Isso nos daria condições sociais de propor categorias úteis de análise, que teriam potência de se tornarem universalizáveis. Assim, categorias como equidade, reciprocidade e horizontalidade poderiam ser levadas à discussão, pois estão carregadas dessa potência de gerar respostas mais éticas e estéticas aos desafios da transformação social.

Referências

CASIMIRO, Isabel. **Paz na Terra, Guerra em Casa**. Pernambuco: Editora UFPE., 2014. 376 p.

CASTELLS, Manuel. **Redes de indignação e esperança**: Movimentos sociais na era da internet. Rio de Janeiro: Zahar, 2013. 228p.

FIORENZA, Elisabeth S. **Caminhos da Sabedoria**: uma introdução à interpretação bíblica feminista. São Bernardo do Campo: Nhanduti Editora, 009. 256 p.

GANDARILLA, José. Epistemologias do sul: Intelectual crítico decolonial e universalidade transmoderna. *In*: Congresso Internacional Epistemologias do Sul: perspectivas críticas, 1., 2016, Foz do Iguaçu, PR. **Conferência de abertura** (anotações pessoais). UNILA, Foz do Iguaçu/PR.



GRAF, Norma Blazquez. Epistemología Feminista: Temas Centrales. *In.*: GRAF, Norma B. et al. (Org.) **Investigación feminista: epistemología, metodología y representaciones sociales**. México: UNAM, 2012. p. 21-38.

HABER, Alejandro. Nometodología Payanesa: Notas de metodología indisciplinada (con comentarios de Henry Tantalean, Francisco Gil García y Dante Angelo). **Revista Chilena de Antropología**, n. 23, p. 09-49, 2011. Disponível em: <https://bit.ly/2Ny7hpJ>. Acesso em: 01 set. 2018.

JAIVEN, Ana Lau. “Cuando hablan las mujeres”. *In.*: BARTRA, Eli (Org.). **Debates en torno de una metodología feminista**. México, D.F: UNAM, 1998. p. 185-198.

LAGARDE, Marcela. **Los cautiverios de las mujeres**. Madresposas, monjas, putas, presas y locas. Universidad Autonoma de México: México, 2005. 884 p.

MIGLIEVICH-RIBEIRO, Adelia. Por uma razão decolonial: Desafios ético-político-epistemológicos à cosmovisão moderna. **Civitas**, Porto Alegre. v. 14. n. 1, jan.-abr, p. 66-80, 2014. Disponível em: <https://bit.ly/2zvJNT9>. Acesso em: 01 set. 2018.

MILLER, Daniel; HORST, Heather. O Digital e o Humano: prospecto para uma Antropologia Digital. **Revista Parágrafo**, São Paulo, v. 2, n. 3, p. 91-111, 2015. Disponível em: <https://bit.ly/2MGnCLf>. Acesso em: 01 set. 2018.

SPIVAK, Gayatri. **Pode o subalterno falar?** Belo Horizonte: UFMG, 2010. 133 p.

TZUL TZUL, Gladys. **Sistemas de Gobierno Comunal Indígena**. Mujeres y tramas de parentesco em Chuimeq' ena'. Guatemala: Editorial Maya Wuj, 2016. 222 p.

WINOCUR, Rosalía. **Robinson Crusóe ya tiene celular**: La conexión como espacio de control de la incertidumbre. México: Siglo XXI. 2009. 167 p.



CORPOS-IMPRESSOS E FANTASMAGORIAS COMO PROBLEMAS COMUNICACIONAIS

**Wigde Arcangelo da Silva
Frederico de Mello Brandão Tavares**

Este texto, parte de uma pesquisa mais ampla (Silva, 2022), reflete sobre como o estudo acerca de revistas e identidades editoriais, mais que relacionado a dimensões propriamente jornalísticas, deve atentar-se para as maneiras como os periódicos, ao longo de suas durações, dialogam com contextos históricos e forjam sentidos para estes mesmos contextos. Enfatiza-se, nesse viés, que concepções e projetos editoriais estão tramados por grandes matrizes de significação, promovendo arranjos invisíveis e complexos em cada edição publicada e no conjunto destas edições. Tal cenário convoca, assim, problematizações diversas, que terão concreitude a partir de distintos objetos empíricos, cabendo, a partir do pressuposto de existências dessas tramas de determinação dos produtos editoriais em específico, reconhecer que conceitos permitem perguntar sobre as matrizes de poder e discurso que os envolvem.

No caso em que aqui trabalhamos, buscamos apontar e entender como a colonialidade é uma fantasmagoria que



perpassa a produção editorial a partir do espaço determinado às pessoas negras nas páginas da revista brasileira *Trip*. Voltada para o público masculino, esta publicação, em seus cerca de 40 anos de trajetória, se apropria de determinadas perspectivas da construção de uma identidade nacional e as reflete na impressão dos corpos de sujeitos negros. Tendo em vista como determinadas características atravessam a história, sendo reinterpretadas e consolidadas no modo como o ser brasileiro é visto, buscamos entender de que forma diversas perspectivas da identidade nacional, ao longo da história brasileira, são apropriadas e ressignificadas pela revista, problematizando de que maneira as representações aí criadas interferem na forma como determinados corpos podem ocupar o país. Para isso, parte-se da colonialidade como uma matriz de poder que orienta e estabelece discursos sobre modos de viver e existir de certos corpos e sujeitos. Observa-se, desde uma perspectiva comunicacional, como o reconhecimento de tal matriz objetiva e estrategicamente constrói imaginários para um certo público e, por isso, constitui e propaga visões de mundo.

A pesquisa problematizou sobre o corpo e seus significados sociais, considerando como a colonialidade pressiona que alguns lugares sejam ocupados por corpos de determinadas raças e gêneros. O que envolve pensar sobre o que significa um corpo ser estampado nas páginas de uma revista, os processos editoriais e sociais que são acionados nesse movimento. O estudo percebe que *Trip* utiliza-se de fantasma-



gorias da colonialidade ao longo de sua história para retratar as pessoas negras. Mesmo que tenham ocorrido transformações ao longo dos anos, a forma de ver os sujeitos negros a partir de suas dores ou de estereótipos é uma constante.

Trip e as identidades nacionais

A revista *Trip*, voltada para o público masculino, está no mercado editorial brasileiro desde 1986 – são 38 anos de produção jornalística. Contudo, a impressão da revista foi suspensa no início da pandemia de COVID-19. Hoje, matérias e conteúdos são produzidos para o site e redes sociais, mas nenhuma edição nova saiu de forma impressa após março de 2020. De novembro de 1986 à data de interrupção, foram 286 edições que se moldaram editorialmente em diálogo com as mudanças sociais nacionais e internacionais ao longo do tempo.

Trip nasce no calor da exaltação cultural do *surf*, na década de 1980, um esporte que ganhava o gosto de um determinado grupo de jovens, inspirando não só a prática esportiva, mas todo um estilo de vida. No decorrer do tempo, no entanto, a publicação se distancia do esporte marítimo como principal característica, transformando-se em uma revista de comportamento voltada para o público masculino jovem (Alves, 2015; Fetter, 2011). A revista, dessa forma, amplia o seu público para além dos surfistas. Essa mudança editorial pode ter sido o fator que não permitiu o desaparecimento da publicação quando o *surf* deixou de ser uma “febre”.



Segundo o último *mídia kit* disponível da revista (Trip Mídia Kit, 2016), os leitores da publicação pertencem a um grupo mais próximo ao padrão “ideal” da masculinidade hegemônica branca. Apesar dessas informações, *Trip* não se define como uma publicação voltada para algum grupo étnico específico, o que pode sinalizar o entendimento da branquitude como um balizador normativo. As publicidades, por exemplo, revelam muito do leitor-ideal das revistas. Embasados no Trabalho de Conclusão de Curso de Daniela Rocha dos Santos Costa (2018), poderíamos afirmar que, no caso da *Trip*, tal leitor é branco. A autora analisou 12 edições, entre os anos de 2014, quando a revista trouxe em uma de suas capas a discussão sobre o racismo, e 2015, em busca de quantificar os sujeitos negros que apareceram nas publicidades estampadas no periódico. No recorte apresentado, apenas 10% dos indivíduos das campanhas de publicidade eram negros (Costa, 2018). Vale ressaltar, entretanto, que a publicação em diversas ocasiões, se coloca como uma publicação mais diversa e progressista do que as suas concorrentes (Bragansa, 2020).

O sucesso de uma revista está não só na sua capacidade de entender o seu público-alvo, mas é uma complexa equação que envolve adaptabilidade às mudanças do mercado e entendimento de como os leitores são afetados com as transformações impostas pelo tempo, tentando, simultaneamente, criar um universo de referência para este mesmo leitor. A revista, como afirmam seus produtores e estudiosos, é uma mídia estritamente ligada ao tempo social:



Revistas representam épocas (e, por que não, origem e sustentam mitos). Sendo assim só funcionam em perfeita sintonia com seu tempo. Por isso, dá para compreender muito da história e da cultura de um país conhecendo suas revistas. Ali estão os hábitos, as modas, os personagens de cada período, os assuntos que mobilizam cada grupo de pessoas (Scalzo, 2011, p. 11).

Revistas são repositórios de fragmentos da história, dizem sobre o tempo ao qual pertencem. No entanto, não são autônomas nessa relação social, pois são compostas por pessoas que interferem nessas ações. Dessa forma, estudar revistas é entender o que um determinado grupo de pessoas, composto por todos os sujeitos dentro da cadeia de produção de uma publicação, ou seja, desde o presidente da editora até o leitor, reflete (e atua) sobre o tempo em que vivem e como tais anseios espelham e correspondem um tipo de circulação midiática de sentidos, via consumo e representações. Títulos como *Trip*, que atravessam décadas e momentos históricos, nos ajudam a compreender os tensionamentos editoriais e os dos leitores diante das transformações sociais.

Na pesquisa aqui relatada, partimos da hipótese de que nesses atravessamentos sociais e nessas representações de épocas, noções da construção nacional brasileira são fortemente acionadas. E, nesse sentido, não há como não considerar a raça como uma categoria estruturante e tensionadora



da constituição editorial de *Trip*¹. Segundo Renato Ortiz (1986), não é possível falar de projeto nacional no singular, já que cada uma das formulações feitas está atrelada a interesses políticos e sociais (Ortiz, 1986). Dessa forma, é preciso investigar qual é o posicionamento político da revista *Trip*, o mundo por ela construído, no cotejamento de realidades nacionais e editoriais. Além do mais, nesse contexto, pensar o Brasil é pensar quem pode (e como pode) habitar o país.

Ernesta Zamboni (2003) afirma que após o processo de redemocratização, período no qual *Trip* nasce, as diferenças étnico-raciais passam a ser mais consideradas, mas, mesmo assim, o esforço para a superação das diferenças se dá em torno de uma unificação pelos símbolos nacionais. Buscamos entender, então, o que esses entendimentos do nacional significam editorialmente. E, principalmente, no que eles interferem na impressão dos corpos negros nas páginas das revistas. Segundo Osmundo Pinho, ao longo da nossa história, o corpo negro é “*outro corpo*, lógica e historicamente

¹ Ao analisar a categoria raça e sua relação histórica com o Brasil, Humberto Bersani (2018) reflete sobre o racismo como um elemento estrutural de opressão no país ao longo da história, desde a colonização. Segundo o autor, no Brasil, de fato, “[...] o racismo estrutural é nítido e não demanda grande esforço para ser visualizado. Ele está difundido na sociedade, na ordem social vigente e a serviço dos privilégios que demarcam as classes sociais. Enfrentá-lo é uma forma de discriminação positiva e necessária, e não um racismo na mesma intensidade, ao contrário do que muitos dizem, pois trata-se da busca por mecanismos que promovam a desconstrução da ideologia que se traduz em inúmeras práticas discriminatórias diariamente, chancelando a exclusão de um grupo social específico” (Bersani, 2018, p. 194).



deslocado de seu centro” (Pinho, 2004, p. 67, grifo nosso). Um corpo esvaziado, desumanizado e, por isso, passível de morte a qualquer momento. Tendo isso em vista, como tal corpo habita a revista e o “Brasil” de *Trip*?

Construindo um problema

No Catálogo de Teses e Dissertações da CAPES, encontramos quatro dissertações que analisam questões distintas da revista *Trip*: o jornalismo gonzo (Krette Júnior, 2006), o *design* editorial (Fetter, 2011), a narrativa em primeira pessoa (Alves, 2015) e a produção de significado no mercado de revistas (Brenatti, 2005). Esta última analisa a segmentação do mercado editorial por gênero, tendo como objeto de pesquisa as revistas *Trip* e *Tpm*. A revista *Tpm* (*Trip Para Mulheres*) foi criada quando a Editora *Trip* percebeu que uma parcela de leitores de sua revista masculina era formada por mulheres. Sendo assim, foi lançada em maio de 2001 a primeira edição da *Tpm* (Rodarte, 2017).

No que diz respeito a pesquisas e estudos, há uma produção maior de dissertações sobre a revista *Tpm*. Algumas focadas em questões editoriais (Rodarte, 2017; Silva, 2007) e a maioria debruçada nas questões de gênero (Borela, 2017; Camargo, 2016; Moraes, 2014; Tanio, 2003). Vale destacar que essas pesquisas são de diversas áreas do conhecimento, não apenas da Comunicação. É interessante notar que, dos produtos da Editora *Trip*, a revista *Tpm* é a mais presente nas pesquisas sobre gênero. No entanto, outras revistas mascu-



linas são objetos de pesquisa sobre o tema na Comunicação, como, por exemplo, a *Playboy* (Silva, 2004; Costa, 2014), *GQ Brasil* (Caetano, 2018; Batista, 2013) e *Men's Health* (Batista, 2013; Machado, 2017)².

Em sua pesquisa, Felipe Vieiro Machado (2017) concluiu que as revistas masculinas são “dispositivos discursivos da masculinidade, ou seja, como aparatos que, inseridos em determinada ordem discursiva, dão a ver quais são as possibilidades (e as impossibilidades) de se ser e de se estar no mundo enquanto homem” (Machado, 2017, p. 106). Partilhando dessa visão, queremos olhar para *Trip* pensando quais as alternativas de experimentação do mundo são postas para os seus leitores. Porém, queremos lançar um olhar que também considere a raça nessa equação.

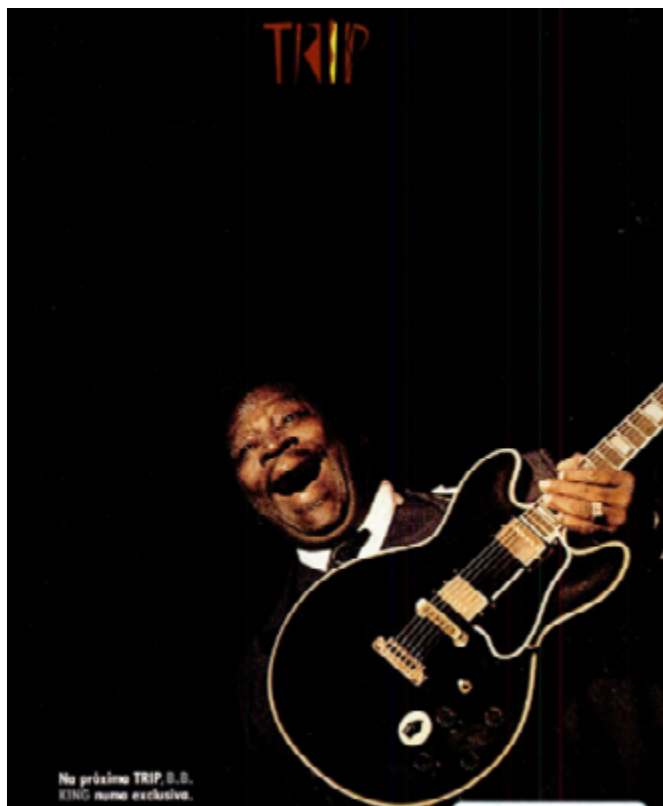
Na revista *Trip*, os sujeitos negros ocupam as páginas da publicação desde o seu lançamento, não apenas no período histórico da ascensão dessas pessoas à classe média, como acontece em outros títulos, como a revista *Cláudia* (Campos, 2014). À primeira vista, isso pode se destacar como uma característica positiva, pode demonstrar um olhar mais atento para a diversidade social brasileira. Entretanto, é preciso olhar a existência de sujeitos negros na revista *Trip* de forma mais cuidadosa e crítica, questionando como esses indivíduos foram/são retratados ao longo da existência do periódico, já que a “representação pela mera representação” não signi-

² Um apanhado mais completo desses trabalhos está descrito em Silva (2022).



fica abolir as imagens negativas construídas em torno desse grupo, indicando a necessidade de uma complexificação do olhar acerca dessa presença nas páginas do periódico.

Figura 01: Página 03 da primeira edição da *Trip*.



Fonte: *Trip*, Ed. 001, novembro de 1986.

Na primeira edição da revista *Trip*, em novembro de 1986, vemos na página número três uma foto (**Figura 01**) do artista estadunidense B. B. King (1925 - 2015). Ele é reconhecido



por ser um músico de *blues*, também identificado como um estilo musical negro. Em letras pequenas, no canto inferior esquerdo, lê-se que na próxima edição haverá uma exclusiva com o artista. A revista prepara o seu leitor para o homem negro que ocupará suas páginas. O editorial tenta explicar qualquer possível mal-entendido. O texto deixa claro que a revista será diversa, o estilo de vida do *surf* pode ser mais vasto. O *blues* pode ser um estilo de vida *surf*. Mesmo assim, a imagem do homem negro, na página três, pede licença para estar na próxima edição.

Figura 02: Joe Oliver III na última capa da *Trip*.



Fonte: *Trip*, Ed. 286, março de 2020.



Na edição de número 286, de março de 2020, o produtor de televisão Joe Oliver III³, homem negro e japonês, aparece na capa (**Figura 02**). Não pede licença, encara a câmera fotográfica. A edição é um especial sobre o Japão. E a matéria de capa trata das dificuldades de ser negro no país asiático. A chamada diz: “Ser negro no Japão (também) é foda”. É uma autorreferência à edição 231, de abril de 2014, que aborda as adversidades de ser negro no Brasil. Com a chamada “Ser negro no Brasil é f*da”⁴, trouxe o lutador de MMA Anderson Silva estampando as duas versões da capa (**Figura 03**).

As edições de *Trip* são mais temáticas do que factuais, o que agrega uma característica importante para a publicação: a formatação da revista pode antecipar o tema/fato. Aquilo que vemos em suas páginas revela tanto da sua produção editorial quanto do tema/fato. Por isso, consideramos que os corpos que aparecem na revista não são corpos físicos ou corpos reais. São corpos produzidos e afetados por todo o processo editorial, eles são corpos-impressos.

³ Em março de 2020, com o início da pandemia da Covid-19 no Brasil, a revista *Trip* lançou a sua última edição impressa até o momento. Outros periódicos, de outras editoras, passaram a ser bimestrais ou tiveram suas impressões suspensas com a emergência sanitária. No caso da *Trip*, não houve nenhum pronunciamento justificando o sumiço das edições nas bancas ou, até mesmo, um informe dizendo se é uma questão pontual ou definitiva (Barros, 2020). Porém, a produção de matérias e conteúdos segue acontecendo para o site (<https://revistatrip.uol.com.br/>) e para as redes sociais do periódico.

⁴ Respeitamos a forma original como a revista escreveu.



Corpos-impressos e fantasmagorias em um todo editorial

Para entender o corpo-impresso do negro na revista *Trip* na tensão entre um país “real” e editorial, tomamos a ideia de fantasmagorias (Benjamin, 2009), conceito que diz sobre imagens lançadas sobre matérias que ganham independência de seus criadores e alcançam o *status* de serem mais reais do que aquilo que elas representam. Essa ideia surge no contexto da cidade de Paris no século XVIII. Embora Walter Benjamin (2009) tenha desenvolvido o conceito pensando em mercadorias culturais, entendemos que ele é potente para pensarmos corpos abjetos (Butler, 2001; Miskolci, 2012). Fazendo a apropriação da Teoria *Queer* para pensarmos, junto às fantasmagorias dos corpos-impressos, as pessoas negras são sujeitos também vistos como ameaças de uma suposta ordem.

Também depositamos nossa atenção aos corpos por dois motivos. O primeiro diz respeito ao que Frantz Fanon (2008) discute em *Pele Negra, Máscaras Brancas*. Para o autor, a experiência da colônia – nos países africanos, no caso de Fanon – produziu a raça e o lugar de inferiorização das pessoas que carregavam esse símbolo de distinção em seus corpos (Fanon, 2008). Na América Latina, pesquisadores e pesquisadoras vão pensar sobre os efeitos da colonização na forma como os sujeitos se entendem e expressam frente ao mundo, como no caso da conceituação da colonialidade do ser (Maldonado-Torres, 2007). Já em segundo lugar, porque é um elemento que se repete na revista *Trip*. Nas



suas 286 edições impressas até 2020, são poucas as capas que não foram estampadas por corpos. A primeira página das revistas é um espaço muito importante, pois é o primeiro texto lido pelo público leitor e não leitor. Ela apresenta a edição, seduz novos compradores, sintetiza o espírito da publicação (Silva, 2003).

Pela sua importância, ela nos dá deixas sobre posicionamentos editoriais. No caso do periódico analisado – que na edição de 24 de novembro de 1991 passou a fazer capas duplas de forma constante, outras duas capas já tinham recebido versões alternativas –, apenas 11 não tinham nenhum corpo humano, nem que seja desenhado⁵. Dessas 11, a edição 214, de agosto de 2012, utiliza um recurso de design para suprimir o corpo, uma régua simboliza um pênis. Outras nove representam corpos a partir de desenhos ou figuras, como de bonecas, por exemplo. Por último, duas capas são fotos de ondas; mesmo assim, é possível ver corpos humanos bem pequenos, mas eles não são protagonistas das imagens. Tirando essas 22, mais as oito que não tivemos acesso em nossa pesquisa, o corpo, seja inteiro ou em partes, repete-se em todas as capas⁶. Das 264 edições que estampam corpos em suas primeiras páginas, apenas 42 têm corpos negros. Somente a edição 231, de abril de 2014, tem um modelo negro nas duas capas.

⁵ Em nossa pesquisa, de todo o arquivo de quase 300 edições impressas, não tivemos acesso, tanto no modo físico quanto no digital, a oito capas.

⁶ O acesso às capas se deu a partir do próprio site da revista e pelo acesso às edições, falaremos melhor sobre esse acesso na sequência. **Disponível em:** <<https://revistatrip.uol.com.br/trip/revistas/>>. Acesso em: 28 ago de 2022.



Pode-se tentar explicar essa constância de corpos de diversas formas, mas, para nós, tal postura editorial desvela a presença, em *Trip*, de uma característica pedagogizante das revistas segmentadas por gênero (Reginato; Amaral, 2009), manifestada sobretudo nos corpos (Matos; Lopes, 2008). Essas publicações situam seus leitores dentro das concepções aceitas sobre as gestualidades, modos de se portar e de aparentar dos corpos em um determinado momento (Matos; Lopes, 2008), indicando questões políticas, num sentido amplo e histórico, e culturais. Nesse viés, pensamos os processos comunicativos pela ótica de Jesús Martín-Barbero, que propõe uma reflexão quanto à dimensão comunicacional da cultura (Martín-Barbero, 2009). Assim, focamos, nessa pesquisa, em um produto midiático, buscando perceber o imbricamento da cultura, política e comunicação desvelado na revista *Trip*⁷.

Nossa hipótese, considerando o atravessamento de *Trip* por mais de três décadas da história brasileira, é a de que concepções da nossa construção nacional, devido a ação da colonialidade, refletem a forma como os corpos são retra-

⁷ Ao indicar a constituição de um olhar comunicacional para o estudo de fenômenos que condizem com as realidades históricas latinas e brasileiras, Prado, Tavares e Tavares (2020, p. 45-46), lançam perguntas que dialogam com a concepção de Martín-Barbero: “de que modo mensagens, públicos, e materialidades, articulam circuitos simbólicos e revelam continuidades e rupturas? Como instituições, sujeitos e acontecimentos pautam e modelam sociabilidades? De que maneira certos valores e significados sociais são atualizados reformulando presentes, passados e futuros? Como reconhecer sujeitos, espaços e tempos entre simetrias e assimetrias comunicativas? Que contradições e sensibilidades despontam ou se apagam?”



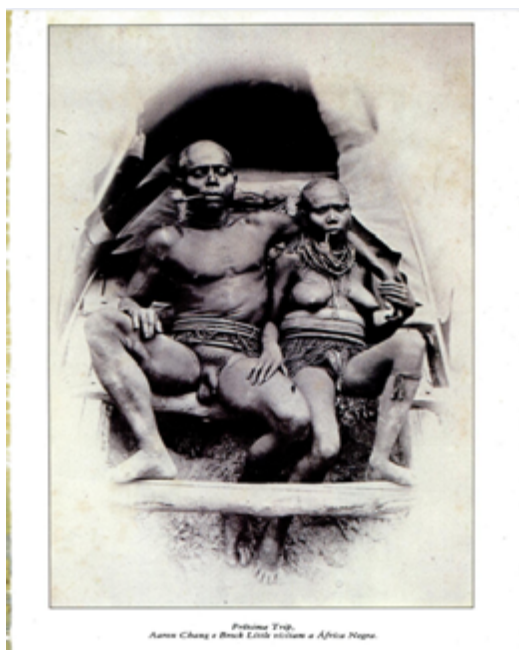
tados na revista. Em outras palavras, considerando uma postura editorial pedagogizante, que recorta um mundo e o reporta sob olhares e pontos de vista específicos, *Trip* fala de Brasil e ao Brasil, a partir de seu público, construindo corpos-impressos que se baseiam e dizem de nossa estrutura sócio-histórica, tendo a raça como um elemento de fantasmagorias latentes de/em suas páginas. *Trip*, nesse sentido, se relaciona com ideais de nação que constroem questões étnico-raciais ao longo do tempo na impressão do corpo negro, o que faz perguntarmos, em síntese: de que forma a revista *Trip* constrói corpos-impressos negros a partir de um ideal editorial de Brasil?

Esta pergunta-guia, partindo dos contextos que a cercam, impõe desafios metodológicos, para os quais, acreditamos, o conceito de fantasmagorias nos ajuda. As fantasmagorias estão presentes na revista, sendo, por exemplo, um recurso recorrente nos primeiros anos da *Trip*. Nessas edições, era comum trazer uma pequena mostra do que teria na próxima edição. Uma foto com uma pequena legenda cumpria esse papel logo nas primeiras páginas. A edição 22, de junho de 1991, não fugiu da tradição e fez o convite, na página 3, para o leitor não perder o próximo número: o público é chamado para uma viagem à África (**Figura 04**). A fórmula é a mesma das revistas anteriores: uma foto ocupa quase todo o espaço, e o texto possui apenas duas linhas. Os modelos encaram o leitor, possuem um ar altivo, mas ambos estão nus. O homem está com o pênis à mostra, enquanto a mulher tem seus



seios expostos. O cenário remete a uma África antiga, quase bárbara. Parece haver uma confusão temporal na imagem. A publicação captura e reproduz a ideia do continente africano como algo ultrapassado, fixa um imaginário social sobre esse lugar no mundo.

Figura 04: Uma África “selvagem” é apresentada na *Trip*



Fonte: *Trip*, Ed. 22, junho de 1991.

Como se sabe, o processo da colonialidade moldou e interferiu na vida dos sujeitos nos territórios colonizados (Fanon, 2018; Maldonado-Torres, 2007; Mbembe, 2018). Esse



processo instaurou uma forma de ver o mundo, passada a nós tal qual uma herança. Para compreender a América Latina e o Brasil, é necessário entender a colonialidade, que deve ser percebida não como uma disputa de força bélica entre nações, mas como um processo profundo de subjugação da subjetividade de povos. Quijano (2005a) faz uma importante contribuição para os estudos decoloniais, que problematizam desde o século XX a colonialidade, com o seu trabalho em conceituar a colonialidade do poder, que pode ser definida como um padrão de poder firmado na ideia do mercado capitalista e na noção de raça. No entanto, nesse sistema, a relação de poder imposta é desenvolvida de forma mais profunda a partir da articulação do trabalho, conhecimento, autoridade e relações subjetivas (Maldonado-Torres, 2007).

As sociedades capitalistas passaram por profundas transformações no século XIX e início do século XX. Walter Benjamin (2009) refletiu sobre essas transformações em *Passagens*, uma obra não finalizada. Nesse livro, o autor aborda um conceito caro para nós, a fantasmagoria:

A qualidade pertencente à mercadoria como seu caráter de fetiche precede igualmente à sociedade produtora de mercadorias - não como é nela mesma, sem dúvida, mas como quando se representa a si mesma e julga entender a si mesma sempre que se abstrai do fato de que produz, precisamente, mercadorias. A imagem que ela produz de si mesma dessa maneira, e que ela habitualmente rotula de sua cultura, corresponde ao conceito de fantasmagoria (Benjamin, 2009, 669).



A partir dos escritos de Benjamin, podemos entender as fantasmagorias como imagens que a sociedade produz sobre si e sobre as coisas que ganham autonomia frente aquilo que elas retratam. Elas tomam o status de serem a realidade, mesmo que não correspondam a ela. Essas imagens são descoladas das pessoas e grupos que as criaram. Sendo assim, tornam-se independentes. Esse processo dificulta identificá-las como sendo meras representações ilusórias, pois elas se emancipam da ideia de estarem inscritas dentro de uma produção social, o que, paradoxalmente, tornam as fantasmagorias em realidade, já que é com elas que interagimos e nos relacionamos.

O autor faz alguns percursos ao falar desse conceito. Ele fala da fantasmagoria atrelada à natureza, à arquitetura e, também, a uma ideia de progresso, a partir de uma crítica a Louis-Auguste Blanqui. “Blanqui se preocupa em traçar uma imagem do progresso que – antiguidade imemorial, exibindo-se numa roupagem de última novidade – revela-se como fantasmagoria da própria história” (Benjamin, 2009, p. 66). A fantasmagoria é múltipla, ela se reflete em vários lugares.

Essa ideia de progresso nos parece ser reveladora, pois, ao pensarmos nas colônias, percebemos que essa era uma questão também imposta a esses locais. Mesmo que aos sujeitos explorados o progresso seja algo sempre em crise e incompleto, já que são eles a mão de obra dos exploradores. Ao se colocar como moderna, a Europa Ocidental se põe em um posto “[...] mais novo e o mais avançado da história



humana. E o signo distintivo dessa modernidade da emergente identidade europeu-ocidental é sua específica racionalidade” (Quijano, 2005b, p. 22). Isso cria um sinal de distinção: se não somos a parte ocidental do continente europeu, não somos modernos. E a partir da lógica dicotômica da colonialidade, entre o bom e o mau, o progresso e o atraso, impõe-se, também, um norte a ser seguido. Esse caminho a ser trilhado, que é apresentado pela modernidade, não termina no destino, pois a modernidade opera dentro da lógica da mistificação, ela “anuncia o possível, embora não o realize” (MARTINS, 2012, p. 19). Prado, Tavares e Tavares (2020), baseados em Martins (2012), defendem que se deve, por um olhar comunicacional, fugir de uma “passividade” frente à modernidade. Isso implica em, dizem os autores, necessariamente, não apenas “colocar em crise os fenômenos e a partir disso conhecê-los. Antes, basta assentir que a crise precede a interpretação destes, sendo, ela própria, sua condição de existência” (Prado; Tavares; Tavares, 2020, p. 46).

Assim como os efeitos da colonialidade são sentidos na coletividade, o conceito de fantasmagoria também opera nessa lógica. Benjamin se apropria do discurso da psicanálise sobre os sonhos para pensar o conceito e a sua atuação nas pessoas. Fernando Bee (2016) nos ajuda entender esse movimento feito pelo autor:

Em analogia com a função do sonho na psicanálise, Benjamin vê as imagens criadas pela consciência coletiva como mecanismo através dos quais a sociedade projeta os desejos que ainda não puderam ser



satisfeitos na realidade por causa de deficiências sociais que ainda não foram superadas. Por isto essas imagens são ao mesmo tempo imagens oníricas e desiderativas. No entanto, apesar de parecer uma função positiva, o estado onírico ressalta que o coletivo está preso em uma percepção parcial da realidade, assim como o indivíduo que sonha está preso em um universo subjetivo, que remete à realidade somente por meio de um desvio dela (Bee, 2016, p. 215)

É essa noção de realidade coletiva distorcida que nos interessa pensar. Sendo uma consequência da modernidade que opera como um padrão a ser seguido, as fantasmagorias também poderiam ocorrer entre os colonizados, tornando-se um elemento de “reprodução” histórica. O processo de colonialidade fixou papéis sociais a determinados grupos, como pessoas negras, indígenas e mulheres; funcionalidades foram dadas e naturalizadas a esses sujeitos. Defendemos que, assim como fantasmagorias, esses papéis correspondem à realidade a partir de imagens criadas sobre um desejo do real, fortalecida com o tempo e no tempo, tanto em ações concretas quanto em ações simbólicas.

Marc Berdet (2018) ressalta a ligação do conceito ao capitalismo. O autor ressalta que a intenção de Benjamin era analisar o imaginário capitalista em locais em que as pessoas admiram bens industriais. Os corpos das pessoas negras foram entendidos como produtos de consumo e mão de obra no regime escravocrata (Mbembe, 2018). Mesmo que não sejam produções industriais, essa aproximação pode se



provar possível a partir de Quijano (2005b), que defende que o processo da modernidade europeia começa nas terras da América Latina com a exploração de mão de obra de indígenas e negros.

Dessa forma, queremos pensar a fantasmagoria dos corpos – tendo o contexto brasileiro como tela, suas relações com contextos históricos de exploração e as matrizes de dominação que os envolvem – por compactuarmos com o pensamento de que a forma como determinados corpos são socialmente construídos dependem de características de sua materialidade (Goellner, 2013). A fantasmagoria pode ser uma chave para compreender os mecanismos de criação de distinções dos corpos, incluindo-se aí, contemporaneamente, corpos-impressos. Dentro da lógica da modernidade, os corpos foram moldados a partir de suas funcionalidades dentro de um sistema capitalista. No processo de modernização da Europa Ocidental, valores morais passaram a incidir sobre os corpos. Dessa forma,

Acentuava o visível e estabeleceria uma relação direta entre a aparência física, o porte, a beleza e a morfologia de um determinado homem ou mulher e sua virtude honra e bons costumes. A modernidade envolveu também a constituição de um *ethos* ideal de comportamento, centrado nas qualidades requeridas para seu funcionamento econômico: capacidade de entrega ao trabalho, conduta moderna e virtuosa, racionalidade produtiva e busca de um benefício estável e contínuo (Viveros Vigoya, 2018, p. 136)



A ideia moralizante se encontra com a ideia de progresso. Entendendo progresso como um padrão dos símbolos europeus a ser conquistado, os corpos passam a ser vistos a partir das utilidades e funções inventadas para eles, imagens daquilo que eles deveriam ser. A definição de raça como “simulacros de superfície” (MBEMBE, 2018, p. 27) conversa com a ideia de fantasmagoria.

Essas fantasmagorias sobre os corpos sustentam aquilo que entendemos como nação a partir da colonialidade, tanto que ela é usada para manter a ordem e dar continuidade a esse padrão:

Certos períodos ou momentos históricos de crise requerem a produção estatal de indivíduos que encarnam a “santidade” capitalista moderna (desde que visível em sua cor de pele branca) e que propõem “salvar” ou melhor proteger a nação da heterogeneidade (seja cultural, étnica, racial, sexual, religiosa ou política) percebida como o sintoma fundamental da crise ou da decadência espiritual da nação (Viveros Vigoya, 2018, p. 144).

Viveros Vigoya (2018) nos diz que fantasmagorias sobre homens brancos salvadores da pátria são lançadas, quando necessário, para assegurar a estabilidade do modelo de colonialidade. Nos questionamos, então, se fantasmagorias são lançadas sobre sujeitos negros também na tentativa de garantir esse padrão. Acreditamos que a resposta seja positiva, e, pela importância desse elemento, acreditamos que elas ocorram a partir do corpo desses indivíduos. Por serem as



revistas meios de comunicação que tentam ordenar o mundo em um espaço delimitado, estarem inseridas no modelo capitalista de produção e refletirem a sociedade, pensamos que elas são locais em que seja possível fazer essas observações.

Corpos-impressos e fantasmagorias como problemas comunicacionais

Fantasmagorias são conceitualmente diluídas entre a realidade e o imaginário. Ao reconhecê-las, estamos fazendo um outro movimento, o de negá-las como realidade única, já que a fantasmagoria pressupõe ser imagem que toma o lugar da realidade concreta daquilo ao qual ela é atrelada. No entanto, é necessário reconhecer que qualquer produção de uma realidade é, em si, uma realidade, o que diz sobre as fantasmagorias serem sim realidades, porém que correspondem a algumas projeções sobre o real, ligadas a noção de poder. Nesse sentido, entendemos a fantasmagoria como uma estratégia, que desconsidera outras atualizações das realidades. Dessa forma, pensamos as fantasmagorias como mecanismo que desatualiza – ou, até mesmo, nega – outras temporalidades e espacialidades, ancorando-se a ideia de progresso e, dessa forma, retornando ao passado.

Nos interessa a compreensão das fantasmagorias no atravessamento de raça e colonialidade sobre o corpo-impresso das pessoas negras em *Trip*, mas também pensar como este atravessar ajuda a pensar tramas invisíveis presentes na constituição de projetos e identidades editoriais.



Para Tavares (2021), as revistas são um produto editorial antes mesmo de serem jornalísticas. Nesse sentido, podemos elencar uma série de fatores que colaboram com essa natureza como, por exemplo, ela ser um objeto colecionável, assumir um tom de voz textual mais dialogal com o leitor (Scalzo, 2011), ter uma preocupação primária com a forma e a formatação final do trabalho (França, 2013), entre outros.

Ainda segundo Tavares (2021), “a revista, como produto, pode ser considerada um tipo de repositório, um grande espaço no qual se aloca uma infinidade de assuntos, com viés mais amplo ou especializado, falando para um grande público ou para públicos específicos” (p. 196). O autor parte do significado da palavra “revista”, em português, e “*magazine*”, em inglês, para chegar a essa definição. “Visto de novo”, no significado nacional, nos remete a ao fato do periódico ser colecionável e acessível quando necessário. Enquanto na tradução da língua inglesa, temos o sentido de mercado com produtos variados (Tavares, 2021).

Sendo as revistas representações de seu tempo (Scalzo, 2011; Sarlo, 2010 *apud* TAVARES, 2021), “ver de novo” edições já publicadas é correr o risco de olhar para elas ignorando as pulsões do período em que foram produzidas, pois isso complexifica as possibilidades de análise, já que a temporalidade entra no eixo analítico. Ao mesmo tempo, rever as publicações com um determinado afastamento dos lançamentos permite capturar as cadeias de sentidos construídas.



A mídia, como sabemos, é um dos mecanismos que corporifica entendimentos sociais. As revistas, filmes, novelas e jornais são códigos que se organizam para expressar mensagens. O corpo se comporta da mesma forma: ele é texto verbovisual em constante adequação e reescrita. As revistas buscam fixar essas mudanças, já que o seu espaço físico não permite que ele seja completo em sua constante transformação. No entanto, esse movimento por vezes diminui e planifica esse corpo (Costa, 2012). Por isso, entendemos que o processo feito pelas revistas de retratar os corpos gera um corpo-impresso e não apenas uma representação de um corpo real. O corpo-impresso é o atravessamento de entendimentos socioculturais, posicionamentos editoriais e sujeitos.

É preciso, pois, considerar os limites de possibilidade de resistência dos corpos frente a esse processo. Ainda que o corpo negro seja pilar de resistência (Martins, 2003), o quão possível é resistir enquanto corpo-impresso se os padrões de produção que perpassam esses sujeitos estão intimamente ligados à branquitude? Não ignoramos a pressão que os coletivos negros promovem na transformação do modo da representação negra pela mídia. Acreditamos, inclusive, ser isso a causa do abrandamento da violência que esses indivíduos aparecem na revista ao longo do tempo. Porém, se o corpo-impresso negro continuar a ser produzido dentro da ótica da branquitude, os olhares colônias continuarão diminuindo sua possibilidade de existência.



Essas marcas possuem uma forte força de definição e espaços. Por isso, de forma midiática, é necessário quebrar essas questões a partir de uma economia político-racial da comunicação (Santos, 2018). Ou seja, é necessário que esse mercado não seja pensado apenas pelo viés financeiro. É preciso também refletir sobre o papel dessa indústria no país. Tiago Vinícius André dos Santos (2018) pesquisou os donos de emissoras de rádio e televisão no Brasil ao longo dos anos. A estreia da TV no país ocorreu em 18 de setembro de 1950. De lá para cá, foram poucos os diretores das emissoras que não eram brancos. Segundo Santos (2018), apenas um negro comandou um canal durante esses mais de 70 anos de televisores no país. Netinho de Paula comandou a concessão da *TV da Gente* entre 2005 e 2007, um curto período de tempo. Não temos esses dados de outros veículos, mas, a partir do reforço da branquitude pela mídia, acreditamos que o resultado seria semelhante.

Dessa forma, a mídia negra sempre foi um importante mecanismo de furo dessas representações. Ela possui importante relevância na história brasileira. Foi um canal de posicionamentos fortes durante a abolição e, inclusive, colocando-se, mais tarde, como porta-voz contra o mito da democracia racial (Alakija, 2012, p. 147). Aqueles à frente das mídias possuem papel decisório das representações de grupos sociais.

Mesmo que ao longo do tempo tenham acontecido alguns avanços na representação de pretos e pardos, ainda há um padrão na representação dessas pessoas (Borges, 2012), que



por vezes são historicamente naturalizados. O lugar social ocupado pelas pessoas negras está ligado às marcas da colonialidade, que concebem percepções para o corpo desses sujeitos. Essas noções são compartilhadas e fixadas de diversas formas, sendo a mídia um desses espaços. A partir das discussões aqui levantadas, entendemos que a revista *Trip* embora não se racialize, deixa escapar um claro posicionamento dentro de uma branquitude que se coloca como norma. Também observamos que sua forma de enxergar o Brasil orienta-se por um posicionamento masculino, branco e heterossexual, o que reflete em fantasmagorias sobre os corpos das pessoas negras na revista, na tentativa de consolidar marcas da colonialidade sobre eles. Perceber essas marcas é dar-se conta de movimentos editoriais e de suas tramas, bem como perguntar, comunicacional e criticamente, sobre o mundo.

Referências

ALAKIJA, Ana. Mídia e identidade negra. In: BORGES, R. C.; BORGES, R. S. **Mídia e Racismo**. Petrópolis-RJ: ABPN, p. 108-153, 2012

ALVES, Igor L. A. **Eu Repórter**: Narradores em primeira pessoa nas reportagens de Trip, Tpm e Rolling Stone. Dissertação [Mestrado em Comunicação Social]. Belo Horizonte: Universidade Federal de Minas Gerais, 2015.

BARROS, Fernando. Revistas em revista: descontinuidades e sumiço. **Observatório da Imprensa**, 30 de junho de 2020. Disponível em: <<http://www.observatoriodaimprensa.com.br/mercado-editorial/revistas-em-revistades-continuidades-e-sumico>>; Acessado em: 11 de outubro de 2021.

BATISTA, Juliana Spirlandeli. **GQ E MEN'S HEALTH**: os estilos de vida do ator masculino contemporâneo. Tese [Doutorado em Linguística e Língua Portuguesa]. Araraquara: Universidade Paulista Júlio de Mesquita Filho, 2013.



BEE, Fernando. Em quatro anos: de 1935 a 1939, crítica da cultura e fantasmagoria. **Revista Limiar**, 3(6), p. 195–233, 2016. <https://doi.org/10.34024/limiar.2016.v3.9229>

BENJAMIN, Walter. **Passagens**. Belo Horizonte: Editora da UFMG, 2009.

BERDET, Marc. Interpelação Fantasmagórica: compreender e subverter a estética da vida cotidiana com Walter Benjamin e Louis Althusser. **Kriterion: Revista de Filosofia** [online]. v. 59, n. 139, p. 175-194, 2018. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/0100-512X2017n13909mb>

BERSSANI, Humberto. Aportes teóricos e reflexões sobre o racismo estrutural no Brasil. **Revista Extraprensa**, 11(2), p.175-196, 2018. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/extraprensa/article/view/148025> Acesso em: 13 Ago. 2022.

BORELA, Suzanne da Silva. **Jornalismo, identidade e gênero**: desconstruções discursivas na revista Tpm. Dissertação [Mestrado em Jornalismo]. Florianópolis: Universidade Federal de Santa Catarina, 2017.

BORGES, Rosane. Mídia, racismos e representações do outro: ligeiras reflexões em torno da imagem da mulher negra. In: BORGES, Roberto; BORGES, Rosane. (org.). **Mídia e racismo**. Petrópolis: DP et alii, 2012. p. 178-203.

BRAGANSA, Matheus. A ilusão temporal: política e alteridade na revista TRIP. In: PRADO, Denise F. B.; TAVARES, Frederico de M. B.; TAVARES, Michele S. **Mídia, tempo e interações sociais**: conceitos em circulação. Belo Horizonte, MG: Selo PPGCOM/UFMG, 2020. p. 335-354

BRENATTI, Grahal. Da **TRIP à TPM**: um estudo sobre a produção de significados no mercado de revistas. Dissertação [Mestrado em Antropologia Social]. Campinas: UNIVERSIDADE ESTADUAL DE CAMPINAS, 2005.

BUTLER, Judith. **Corpos que pesam**: sobre os limites discursivos do “sexo”. In LOURO, Guacira Lopes. **O corpo educado**: pedagogias da sexualidade. Belo Horizonte, Autêntica, 2001. p.151-172.

CAETANO, Mauren Nene. **O “HOMEM MODERNO”**: representações do masculino nos textos das capas da revista GQ Brasil. Dissertação [Mestrado em Letras]. Porto Alegre: Centro Universitário Ritter dos Reis, 2018.

CAMARGO, Alice Vasques De. **Representação social da mulher e interdiscurso em editoriais da revista Tpm**. Dissertação [Mestrado em Filologia e Língua Portuguesa]. São Paulo: Universidade de São Paulo, 2016



CAMPOS, Rubens Aparecido. **A representação da mulher negra na revista *Claudia***. Dissertação [Mestrado em Comunicação]. São Paulo: Universidade Paulista, 2014.

COSTA, Adriana Modesto. **O masculino na publicidade da *Playboy*: a construção da figura do homem nos anúncios da revista**. Dissertação [Mestrado em Comunicação]. São Paulo: Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, 2014.

COSTA, Daniela Rocha dos Santos. **Ser negro no Brasil é f*da**. Trabalho de Conclusão de Curso [Graduação em Comunicação]. Salvador: Universidade Federal da Bahia, 2018.

COSTA, Kátia Regina Rebello da. De quando a pluralidade revela a invisibilidade. In: BORGES, R. C.; BORGES, R. S. **Mídia e racismo**. Petrópolis, RJ: ABPN, 2012. p. 40-63.

FANON, Frantz. **Pele negra, máscaras brancas**. Salvador: EDUFBA, 2008.

FETTER, Luiz Carlos. **Revistas, Design Editorial E Retórica Tipográfica: A Experiência Da Revista *Trip* (1986-2010)**. Dissertação [Mestrado em Comunicação]. Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2011.

FRANÇA, Renné Oliveira. Revista e referentes: a pensata na construção do mundo de cada publicação. In: TAVARES, Frederico M. B.SCHWAAB, Reges. **A revista e seu jornalismo**. Porto Alegre: Penso, 2013. p. 93-106.

GOELLNER, Silvana V. A produção cultural do corpo. In: LOURO, G.; FELIPE, J.; GOELLNER, S. V. (Eds.). **Corpo, gênero e sexualidade: um debate contemporâneo na educação**. 9. ed. Petrópolis: Vozes, 2013. p. 30-42

KRETTE JÚNIOR, Wilson. **Jornalismo Gonzo na Revista *Trip*: uma análise de gênero**. Dissertação [Mestrado em Letras]. São Paulo: Universidade Presbiteriana Mackenzie, 2006.

MACHADO, Felipe Vieiro Kolinski. **Homens que se veem: Masculinidades em Junior e em Men's Health Portugal**. Tese [Doutorado em Ciências da Comunicação]. São Leopoldo: Universidade do Vale do Rio dos Sinos, 2017.

MALDONADO-TORRES, Nelson. Sobre la colonialidad del ser: contribuciones al desarrollo de un concepto. In: CASTRO-GÓMEZ, Santiago; GROSGUÉL, Ramón (eds.). **El giro decolonial: reflexiones para una diversidad epistémica más allá del capitalismo global**. Bogotá: Siglo del Hombre Editores, 2007. p. 127-168.



MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações**: Comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2009.

MARTINS, José de Souza. **A sociabilidade do homem simples**: cotidiano e história na modernidade anômala. 2. ed. Revisada e ampliada. São Paulo: Contexto, 2012. 176

MARTINS, Leda. **Performances da oralitura**: corpo, lugar da memória. Letras (Santa Maria), Santa Maria, v. 26, p. 63-81, 2003.

MATOS, Auxiliadôra Aparecida De; LOPES, Maria De Fátima. Corpo e gênero: uma análise da revista TRIP Para Mulher. **Revista Estudos Feministas**, v. 16, n. 1, p. 61-76, jan. 2008.

MBEMBE, Achille. **Crítica da razão negra**. São Paulo: n-1 edições, 2018.

MISKOLCI, Richard. **Teoria queer: um aprendizado pelas diferenças**. Belo Horizonte: Autêntica: UFOP – Universidade Federal de Ouro Preto, 2012.

MORAES, Cibele Aparecida De. **Gênero feminino singular plural**: Uma Leitura Crítica Da Coluna Do Meio, De Milly Lacombe. Dissertação [Mestrado em Teoria Literária e Crítica da Cultura]. São João del Rei: Universidade Federal de São João del-Rei, 2014.

ORTIZ, Renato. **Cultura brasileira e identidade nacional**. São Paulo: Brasiliense, 1986.

PINHO, Osmundo. Qual a identidade do homem negro? In: **Democracia Viva**. n 22, p. 64- 69, jun 2004 / jul 2004. Disponível em: https://www.academia.edu/1420907/Qual_%C3%A9_a_identidade_do_homem_negro Acesso em: 15 nov. 2020.

PRADO, Denise F. B.; TAVARES, Frederico de M. B.; TAVARES, Michele S. A contemporaneidade como gesto epistemológico: modos de ver e agir pela pesquisa em Comunicação. In: PRADO, Denise F. B.; TAVARES, Frederico de M. B.; TAVARES, Michele S. (Orgs.). **Mídia, tempo e interações sociais**: conceitos em circulação. 1ed. Belo Horizonte: Selo PPGCOM/UFMG, 2020. p. 31-53.

QUIJANO, Anibal. Colonialidade do poder, eurocentrismo e América Latina. In: QUIJANO, Anibal. **A colonialidade do saber**: eurocentrismo e ciências sociais, perspectivas latinoamericanas. Buenos Aires: CLACSO, 2005a. p. 117-142.

QUIJANO, Aníbal. Dom Quixote e os moinhos de vento na América Latina. **Estudos Avançados**, São Paulo, n. 55, v. 19, 2005b. p. 9-31.



REGINATO, Gisele D.; AMARAL, Márcia F. Em busca da complexa simplicidade: dispositivos pedagógicos na revista *Vida Simples*. **Animus** (Santa Maria), v. 16, p. 2, 2009.

RODARTE, Ana Paula V. S. T. **A CONTEMPORANEIDADE COMO MISTURA:** Nina Lemos e a seção *Badulaque* na revista *Tpm*. Dissertação [Mestrado em Comunicação]. Mariana: Universidade Federal de Ouro Preto, 2017.

SANTOS, Maria R.; TAVARES, Frederico M. B. A representação da velhice na revista *TRIP*: uma análise sobre a terceira idade em edições temáticas. **Anais do 7º Encontro Nacional de Jovens Pesquisadores em Jornalismo**, São Paulo, 2017, v. 7, p. 1-14.

SANTOS, Tiago Vinícius André. **Desigualdade Racial Midiática:** o direito à comunicação exercido e o direito à imagem violado. Belo Horizonte: Editora Letramento/ Casa do Direito, 2018.

SCALZO, Marília. **Jornalismo de revista**. São Paulo: Contexto, 2011.

SILVA, Ana Cristina Teodoro Da. **O tempo e as imagens de mídia:** capas de revistas como signos de um olhar contemporânea. Tese [Doutorado em História]. Assis: Universidade Estadual Paulista, 2003.

SILVA, Patrícia Rocha da. **JORNALISMO EM PRIMEIRA PESSOA:** A construção de sentidos das narradoras da revista *TPM*. Dissertação [Mestrado em Comunicação e Informação]. Porto Alegre: UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL, 2007.

SILVA, Leonardo Cruz da. **PLAYBOY:** A revista para ser lida com uma só mão. Produção de apropriação de sentido da identidade masculina. Tese [Doutorado em Psicologia Social]. Rio de Janeiro: Universidade do Estado do Rio de Janeiro, 2004.

SILVA, Wigde Arcangelo da. **Corpo-impresso na revista *Trip*:** uma construção nacional refletida em corpos negros. Dissertação [Mestrado em Comunicação]. Mariana: Universidade Federal de Ouro Preto, 2022.

TANIO, Maria Cristina. **Mulheres de TPM:** construindo estilos de identificação. Dissertação [Mestrado em Comunicação e Semiótica]. São Paulo: Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, 2003.

TAVARES, Frederico de Mello B. Revista e identidade editorial: mutações e construções de si e de um mesmo. TAVARES, Frederico M. B. SCHWAAB, Reges. **A revista e seu jornalismo**. Porto Alegre: Penso, 2013. p 76-92.



TAVARES, Frederico de Mello Brandão. Um 13 de maio antecipado: edições temáticas, atualidade e memória no circuito TRIP e TPM. **Intexto**, n. 35, p. 154-176, 2016.

TAVARES, F. M. B. Revista. In: ZAMIN, Ângela; SCHWAAB, Rege. (Org.). **Tópicos em Jornalismo**: redação e reportagem. Florianópolis: Insular, 2021, v. 1, p. 195-204.

VIVEROS VIGOYA, Mara. **As cores da masculinidade**: experiências interseccionais e práticas de poder na Nossa América. Rio de Janeiro: Papéis Selvagens, 2018.

ZAMBONI, Ernesta. Projeto pedagógico dos parâmetros curriculares nacionais: identidade nacional e consciência histórica. **Cadernos CEDES** [online]. 2003, v. 23, n. 61, p. 367-377. Disponível em: <<https://doi.org/10.1590/S0101-32622003006100007>>.



DESENHO DE PESQUISA COM OS MAPAS DAS MEDIAÇÕES: MUTAÇÕES CULTURAIS E COMUNICACIONAIS NOS CLUBES LEIA MULHERES

**Jean Silveira Rossi
Liliane Dutra Brignol**

A discussão aqui apresentada é proveniente de dissertação de mestrado defendida no Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria (POSCOM/UFSM), e orientada pela professora doutora Liliane Dutra Brignol, da linha de pesquisa Mídia e Identidades Contemporâneas. Tal estudo analisou as práticas de leitura compartilhadas nos clubes Leia Mulheres, iniciativa nacional que desde 2015 visibiliza escritoras por meio de clubes de leitura.

Salientamos que a investigação se diferenciou, sobretudo, pelo contexto pandêmico de sua elaboração, isto é, os clubes elegidos para análise ocorreram via mediação da internet durante um período de isolamento social. Este afetou não apenas as práticas de leitura de seus membros, como também os modos de participação e de funcionamento dos encontros, que antes aconteciam presencialmente. Em vista disso, também evidenciamos o caráter multilocalizado dos campos empíricos, no que se refere à observação sistema-



tizada de cinco clubes Leia Mulheres, sendo possível traçar paralelos entre práticas de leitura advindas de todas as regiões do Brasil.

A pesquisa em ambiente digital, realizada entre 2020 e 2021 com mediadoras e leitoras pertencentes à iniciativa, tem caráter etnográfico. Além de efetuar questionários online com 52 organizadoras dos clubes e entrevistas com cinco leitoras, observamos cinco encontros online de cada um dos Leia Mulheres de Marechal Deodoro (AL), Belém (PA), Sinop (MT), Mauá (SP) e Caxias do Sul (RS), ou seja, quinze reuniões. Estas aconteceram na plataforma *Google Meet*, e a observação foi feita a partir das mediações das *tecnicidades, ritualidades, sociabilidades, narrativas e identidades*, propostas por Jesús Martín-Barbero (2018).

Neste texto, primeiramente aprofundamos a perspectiva teórico-metodológica dos usos sociais das mídias, com a abordagem cultural latino-americana inaugurada por Jesús Martín-Barbero em 1987. Posteriormente apresentamos e refletimos sobre nosso desenho de pesquisa, mediante representações gráficas da apropriação empírica dos mapas das mediações enquanto guias para investigação da leitura.

Abordagem das mediações

A perspectiva teórico-metodológica dos usos sociais das mídias, ou abordagem das mediações, reconhece que “a comunicação está mediando todas as formas da vida cultural e política da sociedade” (Lopes, 2014, p. 72). Principal



expoente e propositore dessa mirada latino-americana, Jesús Martín-Barbero (JMB) revisita constantemente o conceito de mediações ao longo de sua produção como cartógrafo da cultura, o que resultou em quatro mapas das mediações. Ele se apropria do método cartográfico para construção das relações entre comunicação, cultura e política a partir das mediações, lançando mão de pistas metodológicas que orientam tanto o seu trabalho quanto os pesquisadores que o leem. Como explica Maria Immacolata Vassallo de Lopes (2018a, p. 48), “as pistas que guiam o cartógrafo são como referências que concorrem para a manutenção de uma atitude de abertura ao que vai se produzindo e de calibragem do caminhar no próprio percurso da pesquisa”.

Na introdução mais atualizada do livro *Dos meios às mediações*, sobre o terceiro mapa, o autor resiste em definir o próprio conceito:

Mediações, então, referem-se mais ao traçado que conecta em rede os pontos e linhas dispersos, diferentes e distantes que tecem um mapa para uma realidade que é verificada ou para um conceito que é mantido e gerenciado. Daí minha tenaz resistência em definir mediações, e minha aposta para ir desdobrando-as e delimitando-as à medida que os processos de comunicação, as práticas culturais e os movimentos sociais estavam se tornando próximos, impondo uma relação densa entre o mundo da produção de mídia nas indústrias culturais e os mundos do consumo, massivo, mas diferenciado, ativo e cidadão. (Martín-Barbero, 2018, p. 22).



Sendo assim, sublinhamos que o conceito de mediações não tem caráter fixo, afinal Martín-Barbero oferece os mapas das mediações como guias para a compreensão dos processos de comunicação, e não enquanto um conceito essencialista a ser aplicado instrumentalmente para encontrar respostas sobre a produção e a recepção. Para Lopes (2018b, p. 14), a teoria das mediações difere de uma teoria da recepção, pois “seu alcance está em compreender o inteiro processo da comunicação, tal como é concebido dentro de cada um dos mapas propostos”. Nesse sentido, nos estudos em comunicação, o uso dos mapas pelos pesquisadores dependerá da estratégia metodológica adotada em na pesquisa empírica, de maneira que a escolha pode recair em algumas mediações e não em outras. Ressaltamos ainda que os mapas não buscam uma superação ou substituição dos anteriores, mas sim a contemplação de outras novas mediações, conforme as articulações entre cultura, política e comunicação se transformam e se confrontam nos objetos de pesquisa (Lopes, 2014).

Em resgate do percurso teórico-metodológico do autor, Lourdes Ana Pereira Silva e Maria Auxiliadora Fontana Baseio agrupam os quatro mapas das mediações, propostos respectivamente nos anos de 1987, 1998, 2010 e 2017 (Figura 1).



as reações dos espectadores eram diferentes da própria visão erudita, pois eles assistiam com outros olhos aquilo que a tela mostrava, notavam detalhes distintos da interpretação do filme, conforme suas próprias experiências socioculturais (Escosteguy, 2018). Desse momento surgiu a motivação do filósofo para deslocar sua análise comunicacional *dos meios às mediações*, uma concepção baseada em

[...] mudar o lugar das perguntas, para tornar investigáveis os processos de constituição do massivo para além da chantagem culturalista que os converte inevitavelmente em processos de degradação cultural. E para isso, investigá-los a partir das mediações e dos sujeitos, isto é, a partir das articulações entre práticas de comunicação e movimentos sociais (Martín-Barbero, 2009a, p. 30).

No primeiro mapa, publicado em 1987, JMB concentra-se nas mediações culturais da comunicação, ou seja, um olhar sobre a comunicação que parte da cultura. Tendo como objeto a televisão, propõe a hipótese de que nesse processo há mediações em três instâncias: *cotidianidade familiar*, *temporalidade social* e *competência cultural*. Segundo Escosteguy (2010, p. 108), a mediação da *cotidianidade familiar* “trata da família como unidade básica de audiência ou recepção, por isso, seria um dos espaços-chave de recepção e decodificação”. A segunda, *temporalidade social*, remete “à relação entre o tempo produtivo do sistema social e o tempo repetitivo do cotidiano” (Ibid.). Por fim, a *competência cultural* diz respeito “à presença de uma matriz cultural e um modo de perceber/ler/usar os produtos culturais” (Ibid.).



No segundo mapa, de 1998, Martín-Barbero propõe que as hipóteses citadas sejam transformadas em três dimensões: a *socialidade*, a *ritualidade* e a *tecnicidade*, acrescidas de uma mediação chamada *institucionalidade*. Com olhar semelhante, Veneza Ronsini (2010, p. 6) trabalha com a ideia de que as três mediações do primeiro mapa “estão imbricadas e podem ser absorvidas nas noções de ritualidade e de socialidade”, e a *tecnicidade* mediará o circuito comunicacional inteiro.

Enquanto o primeiro mapa tratava das mediações a partir da cultura, o conceito do segundo mapa passa a contemplar um olhar que parte da comunicação. Desloca-se, portanto, das *mediações culturais da comunicação* para as *mediações comunicativas da cultura*, o que não deve confundir-se com um deslocamento das mediações para os meios, e sim, da cultura para a comunicação (Lopes, 2018a). Nesse sentido, Nilda Jacks e Daniela Schmitz (2018, p. 122) acompanham o pensamento do autor com as mudanças trazidas pelo campo digital, ao afirmar que ele “está atento tanto aos meios que operam pontualmente quanto aos que estão operando transversalmente, como é o caso da internet”. Seria perante essas transformações que o segundo mapa surgiria.

A mediação de *institucionalidade*, ausente no primeiro mapa, surge para contemplar concretamente o “âmbito dos meios, ou seja, dos discursos públicos, carregados de interesses e poderes contraditórios, mas que tendem à homogeneidade” (Jacks; Schmitz, 2018, p. 123). Por meio desta mediação podem ser pensadas as configurações entre os



regimes do Estado (meios como serviço público) e do mercado (empresas privadas), o que forma o espaço público contemporâneo, local de disputas de valores geralmente antagônicos.

Conforme Martín-Barbero (2018, p. 18), as mediações de *ritualidade* dizem respeito “ao nexo simbólico que sustenta toda comunicação: à sua ancoragem na memória, aos seus ritmos e formas, seus cenários de interação e repetição”. Para Ronsini (2010), essas mediações, baseadas nos usos dos meios técnicos comunicacionais, também auxiliam na definição das identidades móveis e transitórias que o receptor tem de si mesmo e do pertencimento coletivo.

Em paralelo, a *socialidade* é encarada enquanto um espaço da práxis comunicacional e “resulta dos modos e usos coletivos de comunicação, isto é, de interpelação/constituição dos atores sociais e de suas relações (hegemonia/contra-hegemonia) com o poder” (Martín-Barbero, 2018, p. 17). A *tecnici-dade*, por fim, nos remete à constituição de novas práticas por meio de distintas linguagens midiáticas e aos “modos como a tecnologia vai moldar a cultura e as práticas sociais” (Ronsini, 2010, p. 9). Assim, Martín-Barbero (2018) sempre deixou claro que seria um conceito menos focado em aparatos e mais relacionado à lógica dos usos, a partir de operadores perceptivos e destrezas discursivas.

Consideramos relevante a proposição de Ronsini (2010, p. 6), acerca das mediações *tecnici-dade*, *socialidade* e *ritualidade* estarem “intrinsecamente ligadas ao estudo de recepção”, e a mediação de *institucionalidade*, neste caso, se daria no



contexto das outras mediações. Nessa lógica, o conceito de mediações englobaria contextos socioculturais dos receptores em relação com os meios, como classe social, gênero, etnia, família, escola e grupos de amigos.

Ao deslocar o olhar dos meios de comunicação para as mediações socioculturais, Jesús Martín-Barbero não deixa de considerar o importante papel da mídia no processo comunicacional, nas agências políticas, culturais e sociais, nem mesmo oculta o caráter econômico vinculado à sociedade. Pelo contrário, ele aprofunda-se nas mediações que se relacionam diretamente aos meios de comunicação (*institucionalidade e tecnicidade*). Os meios perpassam, assim, as discussões do autor, e adquirem certa centralidade, de acordo com “as formas como eles interpelam e configuram as práticas sociais, dando ênfase principalmente em como se dão essas práticas no emprego dos meios” (Jacks; Schmitz, 2018, p. 118).

Quando retoma sua discussão em 2009, o autor coloca uma terceira proposta, um mapa cognitivo no qual as “mediações passam a ser transformação do tempo e transformação do espaço a partir de dois grandes eixos, ou seja, migrações e fluxos de imagens” (Martín-Barbero, 2009b, p. 14). Ele insere esses eixos para contemplar, respectivamente, as grandes migrações de população e os fluxos digitais, e indica como mediações fundamentais a *identidade* e a *tecnicidade*, e retira as mediações da *socialidade* e *institucionalidade*. Nesse mapa, as mediações de *identidade* relacionam migrações e tempos; a *cognitividade* estaria entre migrações e espaços; a *rituali-*



dade, na conexão entre fluxos e espaços; e a *tecnicidade* media tempos e fluxos. Desse modo, o terceiro mapa das mediações “vincula os anteriores com a investigação das mutações culturais contemporâneas, cujas mediações básicas são a temporalidade e a espacialidade, a mobilidade e os fluxos” (Lopes, 2018b, p. 19).

Em uma entrevista a Omar Rincón, realizada em 2017, o pesquisador aponta um quarto mapa que envolve as mutações culturais e comunicacionais contemporâneas (Lopes, 2018a). Essa última proposta é desenvolvida por diversos pesquisadores da América Latina no livro *Un nuevo mapa para investigar la mutación cultural: Diálogo con la propuesta de Jesús Martín-Barbero* (2019), obra que nos inspirou do início ao fim da dissertação. Ao considerar sua importância, destacamos este mapa dos demais, cientes que não se trata de uma superação ou substituição, e sim porque a ideia de um “mapa sobre o *sensorium* contemporâneo para investigar a mutação cultural que habitamos” (Martín-Barbero; Rincón, 2019, p. 18) tem relação intrínseca com nosso objeto de pesquisa, conforme veremos adiante.

Adentrando no *sensorium* contemporâneo

A noção de *sensorium* guia toda a elaboração do quarto mapa, voltado às práticas e movimentos sociais, matrizes culturais e formatos industriais antigos e contemporâneos, como podemos perceber no relato de Rincón com base nos argumentos de Martín-Barbero.

[...] sensorium tem a ver com tempos e espaços, aí coloco muitas coisas, tempos e espaços é o mais geral, mas isso me levou a “tecnicidades” e sensorialidades. Quis colocar aqui neste mapa o contemporâneo que nomeia o antigo (“identidades, rituais, figuras, histórias”) mas também o novo (cidadania e urbanismo, a dimensão política, a dimensão cotidiana das sensibilidades, redes e fluxos). (Martín-Barbero; Rincón, 2019, p. 18).

É nesse sentido que os autores apresentam esta cartografia do contemporâneo ancorada no eixo diacrônico das *temporalidades* e *espacialidades* e sincrônico, das *sensorialidades* e *tecnicidades*, de acordo com a figura 2.

FIGURA 2 – Quarto mapa das mediações

Mapa 2017: sobre *El Sensorium contemporáneo* para investigar la mutación cultural que habitamos



Fonte: Martín-Barbero e Rincón (2019, p. 285).

As *temporalidades* remetem desde as primeiras formas de comunicação e registro histórico da humanidade até os



tempos atuais da globalização, sendo indissociáveis das *espacialidades*. Se hoje “habitamos uma diversidade de tempos” em cidades e telas digitais, a relação é sempre espaço-tempo, onde habitamos espaços por determinados tempos. Segundo os autores, nessa imbricação “estão as espacialidades dos tempos da história e, assim, aparecem as infinitas temporalidades da história que habitamos hoje” (Martín-Barbero; Rincón, 2019, p. 20).

Enquanto “coproduções que se habitam”, as *sensorialidades* e as *tecnicidades* também são eixos interdependentes. A medida em que as *tecnicidades* – na figura dos usos das linguagens midiáticas com as quais se lê, vê, escreve etc. – produzem *sensorialidades*, isto é, o sensível em termos coletivos e individuais, as *sensorialidades* mobilizam o desenvolvimento da “inteligência sensorial” de uma época com *tecnicidades* próprias (Martín-Barbero; Rincón, 2019, p. 20-21).

A *tecnicidade*, presente na maioria dos mapas e realocada como eixo no quarto, pode ser vista como uma mediação que “circunscreve toda a dinâmica do mapa proposto, assumindo a ideia de entorno/contorno” (Jacks; Schmitz, 2018, p. 126). Dessa forma, compreendemos que o tecnocomunicativo estaria articulado às demais mediações: *institucionalidade*, *ritualidade* e *socialidade* (segundo mapa); *identidade*, *cognitividade* e *ritualidade* (terceiro mapa); e *narrativas*, *identidades*, *cidadanias* e *redes* (quarto mapa), pois é estruturado por e estrutura todas as relações sociais. Na mesma linha de pensamento, Ronsini (2010, p. 7) adiciona que a *tecnicidade*



“modela todas as relações porque se define como o estatuto social da técnica”, e pode ser compreendida em sentido estrito, enquanto aspecto dos textos, narrativas ou discursos midiáticos que funciona como organizador perceptivo. De acordo com Lopes (2018b, p. 20), na técnica coexistem “novos modos de perceber, ver, ouvir, ler, aprender, novas linguagens, novos modos de expressão, de textualidades e escrituras”, ou seja, não seria uma questão de aparatos tecnológicos, mas sim dos usos e apropriações na vida cotidiana.

A mediação das *identidades* contempla a diversidade e pluralidade dos sujeitos, definida por estratégias de posicionamento, reconhecimento, relacionamentos e expressões político-culturais dos corpos. Já as *narrativas* estão entrelaçadas com as *temporalidades*, pois tempo e relato são indissociáveis. Visualizadas na expansão dos diferentes modos de narrar em telas e dispositivos, além dos diálogos entre enunciadores diversos, trazem novas dinâmicas interculturais para as culturas narradas, sejam orais ou escritas. Assim, há maiores possibilidades de explorar os relatos não-hegemônicos inscritos nos territórios, nas *identidades* e nas *sensibilidades* do Outro. As *cidadanias*, por sua vez, são pensadas em relação aos habitantes das cidades, urbanas ou rurais, seus direitos enquanto cidadãos e formas de ganhar poder na vida cotidiana. Tratam de temas políticos emergentes como os direitos das mulheres, jovens e culturas ancestrais que “transformam a cidadania em outra coisa, uma forma de existir politicamente” (Martín-Barbero; Rincón, 2019, p. 22). Por fim, as

redes são esta ambiência, espaço de interações, de fluxos e de relações na linguagem falada na contemporaneidade.

Artesania teórico-metodológica: a leitura a partir das mediações

Diante da explanação cartográfica sobre as quatro propostas barberianas, voltamos o olhar para o nosso objeto de pesquisa: as leituras compartilhadas pela internet nos clubes *Leia Mulheres*. Compreendemos que as especificidades contemporâneas da nossa problemática mobilizavam ou recaíam em determinadas mediações mais do que em outras. Assim, a figura 3 esquematiza¹ os entrecruzamentos da argumentação teórica com o objeto empírico, resultando na nossa problemática, isto é, as cinco mediações elegidas atuaram como dimensões em movimento na análise dos clubes *Leia Mulheres*.

FIGURA 3 – Síntese da problemática da pesquisa



Fonte: Elaborada pelo autor (Rossi, 2022).

¹Cabe destacar que as representações gráficas de nossa autoria foram elaboradas com o auxílio da disciplina “Estudos Avançados IV - Desenho de Pesquisa”, ministrada pela professora Sandra Depexe em 2021/1 no POSCOM/UFSM.



O esquema teórico da pesquisa foi construído no formato de um circuito, de modo a representar o conceito móvel e dinâmico das mediações, e sugere a ideia do *círculo de leitura* em que é possível inclusive articular mediações de diferentes mapas, como sugerido por Lopes (2014). Concordamos com Lopes (2014, p. 70) quanto à possibilidade de vislumbrar as mediações enquanto um conceito movente, sem uma definição única, acompanhado constantemente pelas “mutações da sociedade especificamente no que diz respeito ao papel da comunicação”. Nesse sentido, a autora expõe seu modo de compreensão da noção de mediações:

A mediação deve ser entendida como o processo estruturante que configura e reconfigura tanto a lógica da produção quanto a lógica dos usos. Ela exige pensar ao mesmo tempo o espaço da produção, assim como o tempo do consumo, ambos articulados pela vida cotidiana (usos/consumo/práticas) e pela especificidade dos dispositivos tecnológicos e discursivos das mídias envolvidas. (Lopes, 2018b, p. 17).

Em nossa apropriação empírica dos mapas, as *narrativas* estariam representadas pelas histórias contidas nos livros e pelos relatos pessoais das leitoras, motivados pelas suas impressões acerca do enredo, personagens etc. A oralização da leitura também é um fator que remete tanto ao passado - quando eram comuns relatos coletivos de mitos e histórias ao redor das fogueiras, ágoras e monastérios -, quanto ao presente, por exemplo, das culturas africanas e indígenas em que a voz ainda segue como um dos eixos da comunicação e memória.



Em seguimento, o fato dessas *narrativas* serem compartilhadas mobiliza as *sociabilidades* ao redor do livro, na criação de uma comunidade de leitoras com laços de amizade e pertencimento, fomentados pelas manifestações públicas de suas práticas de leitura individuais, nos debates, discordâncias e demais interações. Já as *tecnicidades* consistem na mediação estrutural dos clubes através do uso de plataformas. Fora do momento da reunião coletiva mensal, há a mediação das redes sociais digitais utilizadas pelas organizadoras para criação dos perfis de cada clube local e compartilhamento de conteúdo literário, e serve também como repositório de fotos dos encontros. Somado a isso, os clubes têm grupos privados em aplicativos de mensagens, por onde as leitoras podem conversar diariamente.

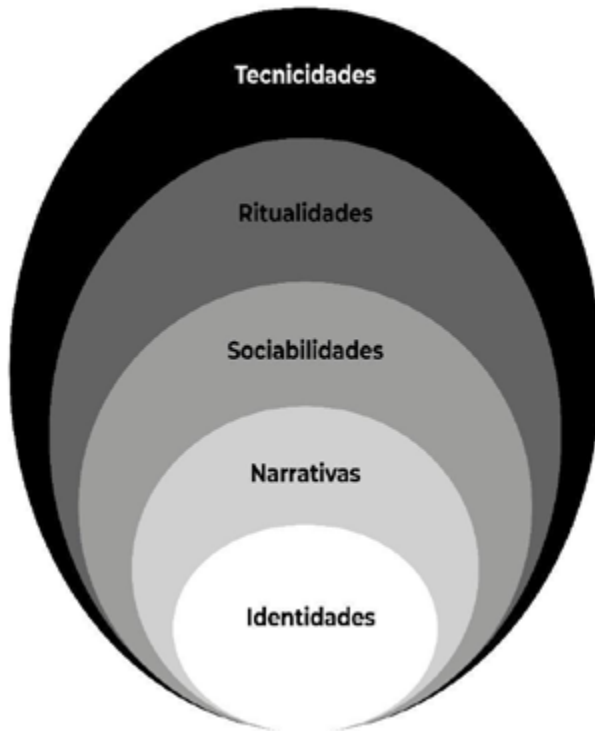
As formas e dinâmicas de funcionamento do clube de leitura são construídas pelas *ritualidades* no que se refere à repetição mensal dos encontros, às escolhas das narrativas e calendários de leitura, à organização das falas pelas mediadoras, além do próprio ritmo de leitura de cada participante, seus rituais e modos de ler (local, horário, frequência, etc).

As *identidades* se fazem presentes na proposta política do projeto *Leia Mulheres*, para leitura e valorização de obras de escritoras dos mais variados países e etnias. O reconhecimento das autoras mulheres em suas complexidades, além da consciência das desigualdades sociais de gênero no mercado editorial, também estão articulados nesta mediação. O clube,

portanto, funciona como um espaço seguro de pertencimento em que leitoras e autoras têm protagonismo.

Dito isso, na figura 4 representamos graficamente a ordem de relações entre as mediações escolhidas.

FIGURA 4 – Articulações entre as mediações priorizadas para investigação



Fonte: Elaborada pelo autor (Rossi, 2022).



Entendida como mediação estrutural por diversos autores já citados, as *tecnicidades* estão relacionadas e têm implicações nas demais mediações, sobretudo quando o contexto do distanciamento social impele os clubes de leitura a migrar para plataformas digitais de reunião. Nesse sentido, toda a dinâmica do encontro, desde o ritual de funcionamento, a socialização literária, até os modos de participação e conversa sobre as obras de autoras mulheres são ressignificados pela internet enquanto uma ambiência não apenas com limitações de ordem técnica como também revestida de novas potencialidades de uso pelas leitoras.

Longe de colocar as *ritualidades*, *sociabilidades*, *narrativas* e *identidades* “dentro” das *tecnicidades*, como se estivessem fechadas em si mesmas, nosso objetivo foi exteriorizar as articulações dos campos empírico e teórico e justificar a escolha das cinco mediações para a investigação do nosso objeto de pesquisa em detrimento – mas não em substituição – às demais.

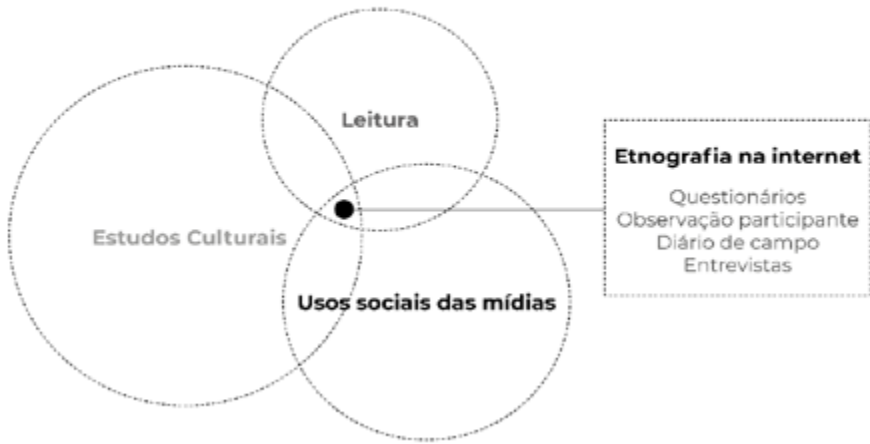
Embora a *institucionalidade* não esteja entre as mediações para análise, pontuamos que ela foi percebida nas interpelações do mercado editorial e demais instituições, como bibliotecas, livrarias e editoras que, mesmo sem a presencialidade dos clubes, mobilizam-se para facilitar o acesso e a aquisição das obras previstas nos calendários de leitura de cada núcleo local do projeto *Leia Mulheres*.

Em seguimento, a figura 5 indica as interfaces teórico-metodológicas da dissertação.



FIGURA 5 – Perspectivas teórico-metodológicas da pesquisa

PERSPECTIVAS TEÓRICO-METODOLÓGICAS



Fonte: Elaborada pelo autor (Rossi, 2022).

Sua construção remete à teoria no formato circular, já utilizado como recurso visual na síntese da problemática (figuras 3 e 4), aliada com os “retângulos metodológicos” para demarcar aspectos distintos que dialogam no “epicentro teórico-metodológico” representado pelo alvo central. Em complemento, as bordas dos círculos e do retângulo foram criadas com traçados pontilhados a fim de não transparecer conceitos ou métodos circunspectos, mas sim elementos flexíveis e abertos ao que se revela no campo, segundo o olhar do etnógrafo.

A tipografia, com tons de cinza distintos, alude à delimitação teórica do trabalho, que está ancorado nos estudos



culturais como grande “guarda-chuva” e voltado à leitura já mais aparente e concentrado nos usos sociais das mídias (abordagem principal). O mesmo com a metodologia: etnografia como a dimensão metodológica em destaque, a qual combina diferentes técnicas. Esclarecemos, portanto, que nossa pesquisa com clubes de leitura dialoga com os pensamentos dos estudos culturais e da recepção em dimensão ampla e alinha-se ao viés dos usos sociais das mídias. Assim, lançamos mão de abordagem etnográfica na combinação de técnicas para observação de leitores no ambiente digital.

Isto posto, o método etnográfico veio ao auxílio da compreensão deste recorte empírico integrante do *sensorium* contemporâneo da leitura no século XXI, pois se as *sensorialidades*, mediação básica do quarto mapa, nos aproxima do humano, emocional e cultural das coletividades para ver com os outros (Rincón, 2019), a escolha pelo trabalho etnográfico se mostrou ainda mais pertinente.

Em consonância com Yunes (2013), contemplamos um potencial produtivo na observação etnográfica com clubes de leitura, principalmente porque nesses espaços os leitores estão naturalmente abertos à fala, a narrar a si mesmos a partir dos livros que os tocam.

Trabalhar em círculos de leitura, longe de criar tumulto, suscita um acolhimento do outro como leitor, abrindo espaço para suas memórias e suas falas, suscitando como diz Barthes, que ele levante a cabeça ao ler, e reflexivamente, leia o texto em contraponto com sua vida de leitor. Dizemos, pois, que este clima de troca,



rememorações, diálogo resulta numa ambiência de leitura, espaço e tempo não apenas externos, mas internos para exercer a prática leitora que leva a “saber das coisas”. Pois aí, lemos mais que o texto, o quadro, o filme, lemo-nos, lemos o mundo, tiramos os olhos do papel para refletir, pensar. (Yunes, 2013, p. 16).

Com base na escuta e na abertura para alteridade das nossas interlocutoras, foi possível adentrar nas práticas cotidianas de leitura presentes nos encontros online dos cinco clubes investigados. Estas *narrativas* são mobilizadas tanto pelos usos do livro enquanto um suporte e produto midiático da indústria cultural, quanto da internet, na figura das plataformas, da constituição desta *rede* de clubes de leitura em *espacialidades* e *temporalidades* brasileiras distintas. Entendemos que, para além da experiência subjetiva, os usos perpassam a materialidade dos aparatos tecnológicos: conexão de internet, computadores, *smartphones*, *e-readers* e livros impressos.

Considerações finais

As apropriações dos mapas expostas aqui não pretenderam esgotar ou apresentar na íntegra os procedimentos metodológicos e resultados da dissertação defendida. Ao contrário, optamos por demonstrar o processo de artesanaria teórico-metodológica, a fim de inspirar cada vez mais pesquisadoras e pesquisadores a aventurarem-se em articulações entre teoria e método, mediante recursos visuais didáticos.



Ao deslocar o olhar do livro para as mediações que o rodeiam, não desconsideramos o importante papel do mercado editorial e demais instituições nos hábitos de leitura das participantes. As obras atuaram, assim, como produtos midiáticos vetores da socialização entre leitoras, enquanto a internet operou transversalmente (Jacks; Schmitz, 2018) às *sociabilidades* e *ritualidades* dos encontros. Logo, entendemos que “leituras compartilhadas” diz respeito não apenas sobre o que era dito (narrativas identitárias), mas também *como* era dito (o ritual coletivo na estrutura digital). Logo, atentamos a não centralizar nossas reflexões apenas nas *narrativas*, e sim articular outras dimensões dos clubes conforme elas interperaram e configuraram as práticas culturais e comunicacionais das leitoras e mediadoras.

Concluimos que, mais importante do que “encaixar” nossos dados em alguma das dimensões analíticas, o próprio campo evidenciou que as mediações se contaminam, coexistem e esbarram-se umas nas outras. Em vista disso, aceitamos que partir dos usos sociais das mídias é abrir-se às brechas, às bordas e aos potenciais das investigações, sem nunca enclausurar ou afirmar enfaticamente processos sempre em mutação. Tal como propõe Jesús Martín-Barbero, tateamos no escuro, pisamos em um terreno teórico-metodológico movediço, mas simultaneamente possível de ser analisado, desde que estejamos dispostas e dispostos a compreender as topografias de nossos objetos de estudo, do ponto mais alto ao ponto mais baixo, registrando, desenhando e explicando cada etapa deste processo cartográfico de artesanía acadêmica.



Após explanar nosso processo de arquitetura teórico-metodológica, esperamos que esta proposta venha a inspirar a construção e inclusão de desenhos de pesquisa nas teses e dissertações da área, independentemente dos objetos, teorias e métodos adotados no campo comunicacional.

Referências

ESCOSTEGUY, Ana Carolina. **Cartografia dos estudos culturais**: uma versão latino-americana. Belo Horizonte: Autêntica, 2010.

ESCOSTEGUY, Ana Carolina. Um tributo a Martín-Barbero: fazendo memória de trajetos. **Intexto**, n. 43, p. 24-34, 2018.

JACKS, Nilda; SCHMITZ, Daniela. Os meios em Martín-Barbero: antes e depois das mediações. **Matrizes**, v. 12, n. 1, p.115-130, jan./abr. 2018.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. Mediação e recepção. Algumas conexões teóricas e metodológicas nos estudos latino-americanos de comunicação. **Matrizes**, v. 8, n. 1, p. 65-80, jan./jun. 2014.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. A teoria barberiana da comunicação. **Matrizes**, v. 12, n. 1, p. 39-63, 2018a.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. Jesús Martín-Barbero e os mapas essenciais para compreender a comunicação. **Intexto**, Porto Alegre, n. 43, p. 14-23, set./dez. 2018b.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações**: comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro: UFRJ, 2009a.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. As formas mestiças da mídia. Entrevista concedida a Mariluce Moura. **Revista Pesquisa FAPESP**, São Paulo, n. 163, p. 10-15, 2009b.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. Dos meios às mediações: 3 introduções. **Matrizes**, v. 12, n. 1, p. 9-31, 2018.

RINCÓN, Omar. Epílogo: mi invención sobre el mapa para comprender el *sensorium* de la contemporaneidade. In: JACKS, Nilda; SCHMITZ, Daniela; WOTTRICH, Laura. (orgs.). **Un nuevo mapa para investigar la mutación cultural**: diálogo con la propuesta de Jesús Martín-Barbero. Quito: Ediciones Ciespal, 2019. p. 263-274.



RINCÓN, Omar; MARTÍN-BARBERO, Jesús. MAPA INSOMNE 2017: Ensayos sobre el sensorium contemporáneo, un mapa para investigar la mutación cultural. In: JACKS, Nilda; SCHMITZ, Daniela; WOTTRICH, Laura. (orgs.). **Un nuevo mapa para investigar la mutación cultural**: diálogo con la propuesta de Jesús Martín-Barbero. Quito: Ediciones Ciespal, 2019. p. 17-23.

RONSINI, Veneza Mayora. A perspectiva das mediações de Jesús Martín-Barbero (ou como sujar as mãos na cozinha da pesquisa empírica de recepção). In: XIX Encontro Anual da Compós, 2010, Rio de Janeiro. **Anais** Biblioteca Compós, 2010.

ROSSI, Jean Silveira. “**Antes era só ler, hoje em dia é ler e comentar**”: leituras compartilhadas pela internet nos clubes Leia Mulheres. Dissertação (mestrado em Comunicação) - Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Centro de Ciências Sociais e Humanas, Universidade Federal de Santa Maria. Santa Maria, p. 209. 2022. Disponível em: <https://repositorio.ufsm.br/handle/1/29427>. Acesso em 02 dez. 2023.

SILVA, Lourdes Ana Pereira; BASEIO, Maria Auxiliadora Fontana. Narrativa(s) como estratégia(s) de comunicabilidade. In: JACKS, Nilda; SCHMITZ, Daniela; WOTTRICH, Laura. (orgs.). **Un nuevo mapa para investigar la mutación cultural**: diálogo con la propuesta de Jesús Martín-Barbero. Quito: Ediciones Ciespal, 2019. p. 161-185.

YUNES, Eliana. Um ensaio para pensar a leitura. **Verbo de Minas**, v. 14, n. 23, p. 5-18, 2013.



UM MATCH ENTRE CARTOGRAFIA & ESTUDOS DE TENDÊNCIAS? METODOLOGIAS DE ANÁLISES DO CAMPO PUBLICITÁRIO

Alessandro Felippe
Juliana Petermann

A lógica estruturalista se debruça sobre o *que* é determinado fenômeno, enquanto o pensamento pós-estruturalista busca compreender *como* funciona (Deleuze; Guattari, 1995; 1996; Rolnik, 1989); ao observamos a função gramatical da palavra *como*, podemos interpretá-la como uma conjunção subordinada com a função de descrever a causa ou o motivo¹. Logo, esse texto apresenta um esforço teórico-metodológico de aproximar a cartografia com os estudos de tendências, buscando similitudes entre os campos de investigação que enfatizam *como* funcionam os fenômenos por meio de tensionamentos teóricos. Tal esforço dialoga com um objetivo específico da tese de doutoramento² do autor principal e

¹ Informações disponíveis em: https://educacao.uol.com.br/disciplinas/portugues/conjuncao-e-mas-ou-logo-pois-que-como-porque.htm?fbclid=IwY2xjawHGhcZleHRuA2FlbQIxMQABHamK2SSnTUFk9Rx1qsfHws9IkENPZ4ht8QWttC7GNtu7yOBcBQNVOhwRAg_aem_HpHs-7FpE-m7-WhIJzj2Vw. Acesso: 22 abr. 2024.

² Em andamento junto ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação (POSCOM) da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM) com financiamento da Fundação Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES).



se configura em prospectar tendências socioculturais sobre o trabalho no campo publicitário. Dessa forma, a metáfora sintetizada no termo *match*³, acionada no título, dialoga com a possibilidade de combinar, de aproximar e de apresentar similitudes entre as metodologias.

O texto tem formato de ensaio teórico-metodológico, sendo desenvolvido com abordagem qualitativa, objetivos exploratórios e natureza básica (Gil, 2017) via revisão bibliográfica de ambas as metodologias. No primeiro movimento, revisamos e apresentamos formas de operacionalizar o que compreendemos como a cartografia (Costa, 2020; Deleuze; Guattari, 1995; 1996; Kastrup, 2007; Leopoldo, 2020; Rolnik, 1989) e os estudos de tendências (Campos; Rech, 2016; Dragt, 2017; Mendonça, 2020; Raymond, 2010). No segundo movimento, apresentamos criticamente as similitudes verificadas entre as metodologias a partir de um *match* em quatro pontos; finalizamos com as considerações e as referências bibliográficas utilizadas para compor o ensaio.

Cartografia - ou como acompanhar processos?

Costa (2020) elabora uma cartografia da cartografia nas obras de Deleuze e Guattari, acentuando que o percurso cartográfico faz um furo nos procedimentos e protocolos estruturalistas e positivistas, narrados tradicionalmente como neutros; a cartografia não se limita a pensar e agir sobre o campo,

³ Tradução disponível em: <https://www.linguee.com/ingles-portugues/traducao/match.html>. Acesso: 30 abr. 2024.

mas instiga a “vivenciá-lo em suas múltiplas dimensões, num movimento ético de porosidade e composição” (2020, p. 13). Isto é: a postura ética que a cartografia exige não se relaciona aos códigos de ética que direcionam, por exemplo, o fazer profissional; mesmo importantes, estes prescrevem os deveres e não obrigatoriamente dos devires, lugar “onde as linhas de fuga se fazem potencialmente mais presentes” (2020, p. 14).

De forma semelhante, Rolnik (1989, p. 65) afirma que quem assume o protagonismo da cartografia é um antropógrafo: “vive de expropriar, se apropriar, devorar e desovar, transvalorado”, isto é, entende e usa o seu próprio corpo vibrátil como bússola para seguir o percurso de investigação, uma vez que “somos continuamente forçados a pensar/agir de modo a transformar a paisagem subjetiva e objetiva” (1989, p. 13). O movimento de travessia cartográfica é uma aposta de transformar o campo por meio de microrrevoluções políticas, sociais e culturais.

Nesse sentido, cada processo cartográfico é único e inédito, organizando-se de forma espontânea por meio da atenção “concentrada e aberta” (Kastrup, 2007, p. 15) de quem acompanha um processo. Entretanto, mesmo que a cartografia aconteça de modo singular, “sua construção caso a caso não impede que se procure estabelecer algumas pistas que têm em vista descrever, discutir e, sobretudo, coletivizar a experiência” de investigação (2007, p. 15) no que diz respeito ao como ocorre a atenção do cartógrafo na pesquisa de campo.



Por isso, organizamos o percurso em quatro etapas: o rastreio, o toque, o pouso e o reconhecimento atento, conforme reflexões de Kastrup (2007).

Apesar de Kastrup (2007, p. 18) operar a cartografia no campo da psicologia, a linguagem fenomenológica para a produção de dados se mostra relevante para as investigações da área comunicacional e publicitária, visto que a atenção do cartógrafo “se desdobra na qualidade de encontro, de acolhimento” dos constantes movimentos de autonomia relativa do campo publicitário (Petermann, 2017; 2011). Em outras palavras, os “signos são acolhidos numa atitude atencional de ativa receptividade” (Kastrup, 2007, p. 18) às forças inesperadas que ora transformam, ora conservam aquilo que denominamos teoria de campo à luz do Bourdieu (1983).

Por rastreio, a autora pontua que é um momento de varredura já que “entra-se em campo sem conhecer o alvo a ser perseguido; ele surgirá de modo mais ou menos imprevisível, sem que saibamos bem de onde”, o que propõe tensionamentos sobre protocolos positivistas de pesquisa. Ou seja: “para o cartógrafo o importante é a localização de pistas, de signos de processualidade. Rastrear é também acompanhar mudanças de posição, de velocidade, de aceleração, de ritmo. [...] como uma antena parabólica, a atenção do cartógrafo realiza uma exploração assistemática do terreno” (2007, p. 18-19). Outro ponto importante é compreender que precisamos lidar “com metas em variação contínua” e a suspensão “do saber anterior” (Kastrup, 2007, p. 18)



O segundo momento denominado como toque é compreendido como “uma rápida sensação, um pequeno vislumbre, que aciona em primeira mão o processo de seleção. [...] Sua importância no desenvolvimento de uma pesquisa de campo revela que esta possui múltiplas entradas e não segue um caminho unidirecional para chegar a um fim determinado” conforme argumenta Kastrup (2007, p. 19). Dito de outra forma, “a cartografia procura assegurar o rigor do método sem abrir mão da imprevisibilidade do processo de produção do conhecimento” (2007, p. 19). As transformações do campo ganham protagonismo, já que o “ambiente perceptivo traz uma mudança, evidenciando uma incongruência com a situação que é percebida até então como estável” (2007, p. 19); a ênfase é buscar os elementos denominados heterogêneos.

Como terceiro momento, há o pouso: “indica que a percepção, seja ela visual, auditiva ou outra, realiza uma parada e o campo se fecha, numa espécie de zoom. Um novo território se forma, o campo de observação se reconfigura” (Kastrup, 2007, p. 19), o que vai ao encontro da ideia de acompanhar um fenômeno em movimento, compreendendo, por meio do caminhar cartográfico, o momento em que o campo publicitário demanda uma focalização do cartógrafo. Em outras palavras, Kastrup (2007, p. 20) alerta que “em cada momento da dinâmica atencional o território de observação se reconfigura”, o que justifica a expressão produção (e não coleta) de dados na cartografia.



Por fim, o quarto momento, nomeado como reconhecimento atento, sendo o “ponto de interseção entre a percepção e a memória. O presente vira passado, o conhecimento, reconhecimento”. Isto é, neste momento “a atitude investigativa do cartógrafo seria mais adequadamente formulada como um ‘vamos ver o que está acontecendo’, pois o que está em jogo é acompanhar um processo, e não representar um objeto” (Kastrup, 2007, p. 20). Sublinhamos o recurso do gerúndio na pergunta, pois diz sobre acompanhar processos em movimentos, ou como Rosário e Coca (2018) denominam a cartografia como um *mapa movente* para pesquisas em comunicação, corroborando para que possamos “destacar seus contornos singulares” (Kastrup, 2007, p. 20).

Após a compreensão das variedades de atenção que oferecem contorno ao percurso cartográfico, Leopoldo (2020, p. 14) lembra a dose de risco necessária para se vincular a essa metodologia (de pesquisa) ética e política ao narrar “mapas das periferias, das margens da cidadania de bem. Tratando-se destas, só existe um risco maior do que conceber, imaginar, desenhar mapas: deixar que o façam por nós”. Em outras palavras, é mais que necessária a implicação e o protagonismo da/o cartógrafa/o diante das vivências, afetos e ampliações do devir que se apresentam ao campo (publicitário) por meio do desejo daquele que mapeia.

Os espaços, fenômenos, coisas que nos instigam a serem mapeadas por meio da cartografia são formadas por linhas. Segundo Deleuze e Guattari (1996, p. 66) “somos feitos de

linhas. Não queremos apenas falar de linhas de escrita; estas se conjugam com outras linhas, linhas de vida, linhas de sorte ou de infortúnio” e a observação das diferentes direções de linhas de tensionamento compõem o pensamento rizomático⁴. Segundo os autores, “um rizoma não pode ser justificado por nenhum modelo estrutural ou gerativo” (p. 21) compondo, em cada mapa cartografado, uma experiência única considerando os princípios do rizoma na sua multiplicidade, conexão e heterogeneidade.

Estudos de tendências - ou como olhar para onde ninguém olha?

A palavra tendência pode ser elucidada como movimento, inclinação e fotografia da sociedade no que diz respeito à antecipação de comportamentos socioculturais (Campos; Rech, 2016; Dragt, 2017; Raymond, 2010). Há diferentes esforços em sua conceituação e nesse texto a compreendemos como “a prática de observação sobre (...) fragmentos do presente repletos de símbolos onde imprimimos as nossas representações e interpretações da vida na sociedade ocidental contemporânea”, considerando “valores do que estão por vir e tendem se tornar convenção” em determinado recorte de tempo e espaço, conforme sublinha Mendonça (2020, p. 176).

⁴ A estratégia de visualização da produção de dados no formato rizomático é tradicionalmente adotado pelo grupo de pesquisa Nós - Pesquisa Criativa vinculado à UFSM. Mais informações disponíveis em: <https://www.ufsm.br/cursos/pos-graduacao/santa-maria/poscom/nos-pesquisa-criativa>. Acesso: 30 abr. 2024.



Conforme Mendonça (2020, p. 165), o campo dos estudos de “tendências tornou-se um meio de transformação, fazendo os pesquisadores de tendências agentes sociais capazes de interferir na forma como a sociedade planeja e constrói o seu futuro dentro do sistema operante” por meio de relações entre o sul e o norte global. Historicamente, a prática de incorporar comportamentos emergentes para o desenvolvimento de produtos, sobretudo na moda, ocorria por meio do movimento norte-sul, isto é: havia o mapeamento por transformações sociais em países do norte global (Paris e Londres, por exemplo) para serem incorporadas em indústrias do sul global (países latinos, por exemplo).

Nesse sentido, há a emergência de movimentos que tensionam a hegemonia dos estudos de tendências, como é o caso do Grupo Consumoteca, empresa brasileira de pesquisa de tendências, que criou o eixo TROP como estratégia de tropicalizar tendências⁵. Colocando em análise crítica o modelo tradicional de pirâmide para coletar, interpretar e aplicar informações de tendências, hoje há a aposta na metodologia circular na qual há a valorização de espaços antes não observados como meio de que as tendências façam sentido para locais da América Latina.

⁵ Mais informações disponíveis em: <https://www.grupoconsumoteca.com.br/trop/#:~:text=A%20Trop%20%C3%A9%20o%20n%C3%BAcleo,de%20a%C3%A7%C3%A3o%2C%20buscando%20insights%20acion%C3%A1veis..> Acesso: 30 mar. 2024.



O TROP dialoga com os seguintes questionamentos de Mendonça (2020, p. 172): “onde estão as tendências de comportamento e consumo do Sul? Por que as metrópoles do Sul Global têm um espaço nulo ou reduzido nos relatórios de tendências? Como isso afeta na visão de futuro de países periféricos?”. Ou seja, é preciso um esforço consciente no processo de investigação para compreender a soberania das informações de tendências, valorizando o território nacional para que sejam “menos apegados a epistemologias dominantes” (2020, p. 173).

A seguir, o Quadro 01 apresenta a síntese de três métodos, organizados com macro-fases e etapas, de coletar, interpretar e aplicar informações dos estudos de tendências. Esta síntese não objetiva saturar a existência de métodos, técnicas e ferramentas de investigação de tendências, mas apresentar caminhos metodológicos de apreensão de comportamentos emergentes em termos socioculturais. Nos métodos resgatados via revisão de literatura, há três principais movimentos de pesquisa que podem ser sintetizados da seguinte maneira: ato de coletar, ato de analisar e ato de utilizar informações da pesquisa de tendências; o processo pode ser reiniciado a qualquer momento, tornando-o circular.



Quadro 01: Síntese dos métodos de estudos de tendências

Métodos	Fases	Etapas
Trend Research Cycle (Dragt, 2017)	Scan	Spot
		Select
		Document
	Analyse	Cluster
		Validate
		Label
	Apply	Scope
		Communicate
		Translate
FPLab — Futuro do Presente (Campos; Rech, 2016)	Fontes selecionadas	Definição de objetivos e abrangência
		Identificar influências
		Seleção de fontes
	Conceitos definidos	Planejamento e coleta de dados
		Codificação de dados
		Delimitação de tendências
	Tendências informadas	Análise dos resultados
		Comunicação dos resultados
	Triangulação Cultural (Raymond, 2010)	Consulta
Delimitação do tema		
Pesquisa qualitativa		
Observação		Mapa etnográfico
		Registro visual de comportamento
		Análise da tipologia
Intuição		Análise subsidiada pelo conhecimento do pesquisador
		Além das estatísticas e dados quantitativos
		Avaliação quantitativa e qualitativa

Fonte: Felipe (2021).

Diante da estrutura proposta pela autora Dragt (2017), denominado *Trend Research Cycle*, entende-se que as duas primeiras fases pesquisam, de fato, mudanças na sociedade para compreensão e verificação de novas tendências, isto é: a fase *scan* é o momento de olhar com atenção para a sociedade, mapeando e coletando todas as mudanças que estão acontecendo e fase *analyse* busca compreender o motivo dessas mudanças acontecerem, suas interconexões, suas relações e os porquês. A terceira fase, *apply*, almeja a aplicabilidade dos resultados alcançados, gerando inovação para a resolução de problemas específicos, seja em empresas, escolas, universidades, estúdios criativos, agências de comunicação ou outros espaços sociais que sejam influenciados por alterações tecnológicas, comportamentais, econômicas, políticas, ambientais, socioculturais, dentre outras.

O método FPLab tem como fundamento teórico e metodológico a chamada Teoria Fundamentada nos Dados (ou *Grounded Theory*) já que “atende à demanda da pesquisa de tendências que implica em ‘ir a campo’ sem hipóteses ou problemas de pesquisa definidos ou imutáveis” (Campos; Rech, 2016, p. 42). A identificação das tendências durante o uso do método ocorre por meio da categorização dos dados, a partir do pressuposto que as tendências são categorias de maior relevância dentre todos os dados coletados e analisados, “conceitualizados, categorizados, hierarquizados” (p. 42) mediante o processo de codificação (axial, aberta e seletiva). Também, há o critério de saturação teórica para compre-



ender se o tecido sociocultural apresenta dados suficientes para a identificação de tendências emergentes.

O método proposto por Raymond (2010), denominado de Triangulação Cultural, configura-se enquanto um meio de mapear tendências na estrutura social e se vale de conhecimentos, experiências e o tato do pesquisador de tendências. A primeira fase, consulta, visa coletar dados quantitativos acerca dos objetivos da investigação e do respectivo grupo de público-alvo; a segunda fase, observação, corresponde ao momento do *braille* cultural, isso é, quando o pesquisador experimenta de forma ampla, qualitativa e profunda seu(s) objeto(s) de análise por meio do “sentir, tocar, cheirar e tatear as tendências, sem intermediários” (Raymond, 2010, p. 135), detectando aspectos do *lifestyle* e *mindstyle* dos grupos analisados; a terceira fase, intuição, exige do pesquisador ampla participação, uma vez que é a partir do seu repertório pessoal e subjetivo, experiência e percepção de mundo que será feita a análise de todos os dados coletados para os direcionamentos finais.

Um *match* em quatro pontos - ou como aproximar a cartografia e os estudos de tendências?

As similitudes apresentadas aqui dizem respeito à aproximação da cartografia e dos estudos de tendências enquanto metodologias que se debruçam sobre diferentes campos em busca de produção de dados para a compreensão do por vir, do *como* a acontece determinado fenômeno, daquilo que emerge como transformação social, cultural, política, tecno-



lógica, dentre outras. Dessa forma, a estrutura cíclica (coleta, análise e uso das informações de tendências) que as três metodologias presentes na Tabela 01 (Dragt, 2017; Campos; Rech, 2016; Raymond, 2010) possuem se aproximam das quatro variedades da atenção do cartógrafo (o rastreio, o toque, o pouso e o reconhecimento atento) sublinhados por Kastrup (2007).

O rastreio e o toque da cartografia se aproximam da fase de coleta de dados dos estudos de tendências; isso acontece em virtude de que precisamos sustentar um processo de “atenção movente e rente ao objeto-processo” a ser investigado, conforme Kastrup (2007, p. 18). Logo, é preciso se jogar no campo para acompanhar processos e transformações, como se entrássemos em um quarto escuro e fossemos tateando especialmente o ambiente instando “uma construção a partir de fragmentos sequenciais” (2007, p. 18).

Em relação ao toque, também se aproxima da coleta de dados já que “algo se destaca e ganha relevo no conjunto, em princípio homogêneo, de elementos observados” (Kastrup, 2007, p. 19). Ou seja, quando decidimos quais sinais são relevantes nos estudos de tendências, utilizamos o repertório do analista de tendências considerando os princípios de criatividade, inspiração, atração e potencial de replicação dos denominados *cool examples* (Gomes, 2016); em termos cartográficos, nosso objetivo é buscar aquilo que é rugoso, heterogêneo (Kastrup, 2007).



O pouso cartográfico dialoga com a fase de análise de sinais (ou *cool examples*) de manifestações de tendências; isso é sustentado pelo questionamento dos motivos de determinado sinal está acontecendo aqui e agora (Dragt, 2017). Para isso, Kastrup (2007) utiliza a metáfora do diferentes usos da atenção para observarmos uma jóia, uma página de livro, uma sala, um pátio e uma paisagem; para cada janela de atenção, há um ajuste na escala de observação: “cada janela cria um mundo e cada uma exclui momentaneamente as outras, embora outros mundos continuem co-presentes” (2007, p. 19). No âmbito das tendências, podemos compreender que cada sinal analisado e interpretado não está desconexo com os demais, todos coexistem e são aproximados, compondo a tessitura das categorias de tendências (Campos; Rech, 2016).

Diferente do reconhecimento automático que “tem como base e como alvo a atenção” (Kastrup, 2007, p. 20), o reconhecimento atento de quem elabora a cartografia é similar a fase de utilizar as informações de tendências, uma vez que no reconhecimento atento, após o questionamento de vermos *como* está acontecendo, temos em mãos um *mapa movente* que captura um instante do processo. Nessa fase, o gestor de tendências compreende as transformações de determinado campo e é capaz de agir sobre ele via o desenvolvimento de produtos, serviços, campanhas, dentre outras possibilidades (Raymond, 2010).

Após a explanação das correlações entre as metodologias de análise de tendências com as variedades da atenção

cartográfica, discorreremos acerca de quatro similitudes possíveis entre ambas as metodologias de investigação elucidadas visualmente na Figura 01 por meio de aproximações teórico-metodológicas e experiências empíricas:

Figura 01: Match entre cartografia e análise de tendências



Fonte: os autores (2024).

- O acompanhamento de processos: ambas as metodologias não buscam definir um objeto de pesquisa, mas acompanhar um processo ou um fenômeno que se encontra em movimento. Nesse sentido, há um tensionamento epistemológico em relação a outras metodologias que se inclinam para a definição de um objeto *a priori* como requisito para começar a pesquisa, direcionando todos os esforços de coleta e análise



de dados em torno deste mesmo objeto. Tanto na cartografia (Kastrup, 2007; Rolnik, 1989; Rosário; Coca, 2018), quanto nos estudos de tendências (Campos; Rech, 2016; Dragt, 2017; Raymond, 2010), a ênfase é acompanhar processos que estão em movimento em determinado campo (seja no campo publicitário ou no campo da moda/design);

- A transformação do campo social: tanto o cartógrafo quanto o gestor de tendências são agentes de transformação do campo social, já que isso acontece em função do protagonismo que as metodologias oferecem. Mendonça (2020) versa sobre considerar que as narrativas do porvir materializadas em tendências são construídas no presente via a valorização de epistemologias do sul global e Rolnik (1989) menciona as microrrevoluções em diferentes esferas que a cartografia pode oferecer. Em outras palavras, o interesse não é apenas coletar e analisar dados, mas sublinhar as possibilidades éticas (Costa, 2020) em torno de *como* utilizar as metodologias;

- A forma de produção de dados: a organização de dados ocorre via categorias (Campos; Rech, 2016) para os estudos de tendências e *platôs* para a cartografia (Deleuze; Guattari, 1995), pois dizem sobre zonas com maior intensidade de informações acerca de transformações sociais, culturais, políticas etc. É importante destacar que a produção de dados (Kastrup, 2007) acontece desde o instante zero de ambos os processos de pesquisa, colocando em análise crítica a tradicional expressão de *coleta* de dados;



- A ida a campo sem certezas prévias: aqui acionamos a metáfora de se jogar no campo de pesquisa sem conhecimentos e convicções prévias; isso ocorre pois o campo oferece sinais e signos de transformações que capturam a atenção (Gomes, 2016; Rolnik, 1989) daquele que pesquisa (cartógrafo ou gestor de tendências). Dito de outra maneira, os conhecimentos prévios (como teorias, conceitos, intuição, *feeling*, afetos) dizem respeito a experiências anteriores (Raymond, 2010), mas não devem direcionar ou inclinar o olhar para o campo. O movimento é o oposto disso: o campo apresenta os movimentos necessários para que a cartografia e os estudos de tendências aconteçam de forma inesperada à luz da fenomenologia (kastrup, 2007).

Considerações - ou aonde chegamos?

A travessia cartográfica é uma aposta metodológica escolhida para a pesquisa de doutoramento do autor principal já que se propõe a mapear o fenômeno em movimento sobre o trabalho precário na publicidade e de transformá-lo via microrrevoluções políticas, sociais e culturais (Deleuze; Guattari, 1996; Rolnik, 1989), jogando luz para a temática no campo publicitário. Apesar de não haver um protocolo *a priori* com passos estabelecidos, as reflexões de kastrup (2007) corroboram para a delimitação do processo de pesquisa por meio de quatro momentos: o rastreio, o toque, o pouso e o reconhecimento atento.



Ao longo do texto, analisamos as similitudes entre a cartografia e os estudos de tendências, sendo elas: o acompanhamento de processos, a transformação do campo, a forma de produção de dados e a ida a campo sem certezas prévias. Nesse sentido, sublinhamos que dentro da cartografia elaborada para a pesquisa de doutoramento do autor principal é realizada a prospecção de tendências socioculturais acerca de valores e de necessidades emergentes (Dragt, 2017) sobre o trabalho no campo publicitário (Petermann, 2017; 2011), considerando vetores como o neoliberalismo e a interseccionalidade.

Tais aspectos respaldam a produção dos dados via valoração da atenção “flutuante, concentrada e aberta”, uma vez que essa produção “ocorre desde a etapa inicial da pesquisa de campo, que perde assim o caráter de uma simples coleta de dados” conforme argumenta Kastrup (2007, p. 21) e dialoga com os estudos de tendências suspendendo certezas prévias de quem pesquisa, oportunizando transformar o campo e acompanhar processos de maneira qualitativa.

Referências

BOURDIEU, P. **Sociologia**. São Paulo: Ática, 1983.

COSTA, L. B. da. **A cartografia parece ser mais uma ética (e uma política) do que uma metodologia de pesquisa**. Paralelo 31, Dossiê Deleuze - Modos de Usar: sobre destruições e invenções de mundos. ed. 15, dez., 2020.

CAMPOS, A. Q; RECH, S. R. **Método para pesquisa de tendências: uma revisão do modelo Futuro do Presente**. *ModaPalavra e-periódico*. v. 9, n.17, jan-jun, 2016. Disponível em: <https://doi.org/10.5965/1982615x09172016027>.



DELEUZE, G; GUATTARI, F. **Mil Platôs: capitalismo e esquizofrenia**. Vol1. 1Rio de Janeiro: ED. 34, 1995.

DELEUZE, G; GUATTARI, F. **Mil Platôs: capitalismo e esquizofrenia**. Vol 3. Rio de Janeiro: ED. 34, 1996.

DRAGT, E. **How to research trends: move beyond trend watching to kicks-tart innovation**. BIS Publishers, 2017.

FELIPPE, A. M. **Modelo conceitual de análise de tendências com base na gestão visual de projetos para o Fashion Lab - Coletivo Criativo de Blumenau/SC**. Dissertação (mestrado) – Universidade do Estado de Santa Catarina, Centro de Artes, Programa de Pós-Graduação Profissional em Design de Vestuário e Moda, Florianópolis, 2021.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2017.

GOMES, N. P. **A análise de tendências e da cultura como uma ferramenta para a gestão de marcas**. E-Revista Logo, v.5, n.1, 2016.

KASTRUP, V. **O funcionamento da atenção no trabalho do cartógrafo**. *Psicol. Soc.* v. 19 n. 1 Porto Alegre jan./apr, 2007.

LEOPOLDO, R. **Cartografia do pensamento queer**. Salvador - BA: Editoria Devires, 2020.

MENDONÇA, F. **Um sul para a pesquisa de tendências**. In: *Tendências: mitos, métodos e experiências sobre consumo e futuros/ organizado por Alice Monçores*. - Barueri, SP: Estação das Letras e Cores, 2020.

PETERMANN, J. **Cartografia da criação publicitária**. Santa Maria: FACOS-UFSM, 2017.

PETERMANN, J. **Do sobrevôo ao reconhecimento atento: a institucionalização da criação publicitária, pela perspectiva do habitus**. Tese (Doutorado). Programa de Pós-graduação em Ciências da Comunicação. Universidade do Vale do Rio dos Sinos, 2011.

RAYMOND, M. **Tendencias: que son, como identificarlas, en qué fijarnos, cómo leerlas**. London: Promopress, 2010.

ROLNIK, S. **Cartografia sentimental: transformações contemporâneas do desejo**. São Paulo: Estação Liberdade, 1989.

ROSÁRIO, N. M. do; COCA, A. P; **A cartografia como um mapa movente para a pesquisa em comunicação**. *Comunicação & Inovação: Dossiê Pesquisa Aplicada em Comunicação*, v. 19 n. 41, 2018.



ETNOGRAFIA DE UM JORNALISMO MIDIATIZADO: EXPERIMENTAÇÕES NO BRASIL E NA SUÉCIA

**Marcio Morrison Kaviski Marcellino
Ana Paula da Rosa**

A escolha da etnografia enquanto método científico passa pela necessidade de compreensão de uma cultura ou aspecto cultural de uma sociedade ou um grupo específico. É justamente no processo de inserção de um sujeito em um ambiente que as idiossincrasias são assimiladas. Em outras palavras, as peculiaridades dos indivíduos só podem ser compreendidas em um processo imersivo do pesquisador em um contexto determinado de pesquisa.

Este artigo é um recorte reflexivo do percurso metodológico da tese “Redações Midiatizadas: etnografia sobre práticas jornalísticas e suas relações simbióticas com dispositivos móveis no Brasil e na Suécia” que objetiva compreender as remodelações do jornalismo a partir de dispositivos móveis no contexto da midiatização nos dois países citados.

A presente pesquisa, portanto, é reflexo de uma experimentação acerca da etnografia e do jornalismo midiático em dois cenários culturais e políticos distintos: Brasil e Suécia. A partir disso, o presente artigo tem como objetivo discorrer



sobre as formas de se realizar um processo etnográfico no campo da Comunicação, mais especificamente em pesquisas em jornalismo num ambiente midiaticizado. Para isso, o artigo se divide em quatro principais momentos. O primeiro deles, uma contextualização do cenário da pesquisa doutoral citada. São discutidos nesse tópico não apenas as escolhas científicas e metodológicas, mas as descrições dos ambientes e o processo de necessidade de adaptação em cada cenário. O segundo tópico apresenta a etnografia enquanto escolha metodológica. São discutidos nesse tópico as visões de autores sobre o processo metodológico e as formas pelas quais a metodologia se desenvolveu na pesquisa da tese “Redações Midiaticizadas: etnografia sobre práticas jornalísticas e suas relações simbióticas com dispositivos móveis no Brasil e na Suécia”. Em terceiro, são debatidas as técnicas de realização de uma etnografia. Além das discussões metodológicas e teóricas sobre os processos, são explicitadas de que forma cada uma dessas técnicas foi importante para a concepção da pesquisa doutoral como representação do percurso metodológico. Por último, trazemos um pequeno panorama da empiria etnográfica da pesquisa, ou seja, um recorte do que encontramos com a pesquisa central a fim de ilustrar resultados obtidos.

O cenário da pesquisa: contextualizações

Antes de adentrar nos meandros da etnografia enquanto processo metodológico é necessário ilustrar a pesquisa doutoral que originou o recorte deste trabalho. Intitulada



“Redações Mdiatizadas: etnografia sobre práticas jornalísticas e suas relações simbióticas com dispositivos móveis no Brasil e na Suécia”, a tese emerge da pergunta de pesquisa: de que forma as relações simbióticas¹, parte do contexto da midiatização, modificam práticas jornalísticas em redações no Brasil e na Suécia? Quais práticas são alteradas em cada contexto?

O objetivo da tese, portanto, está em compreender de que forma as relações simbióticas, características de um cenário de midiatização, remodelam práticas e redações jornalísticas no Brasil e na Suécia. Nessa perspectiva, o uso do verbo remodelar implica que os processos jornalísticos dentro das redações ainda são os mesmos. Ou seja, o jornalista ainda é responsável por apurar as informações, produzir textos, tirar fotografias, entre outras funções. Porém, ao mesmo tempo, essas práticas são transformadas por lógicas de midiatização que afetam as redações e o modo de atuação profissional.

Ao longo dos quatro anos do período doutoral (2020 – 2024), a tese sofreu transformações, principalmente pelo impacto da pandemia justamente no processo metodológico. Apenas no ano de 2022 foi possível desenvolver a etapa etnográfica da pesquisa. A primeira parte da etnografia começou justamente da possibilidade de realizar um doutorado sanduíche, em Estocolmo, por 10 meses graças à Bolsa CAPES-S-TINT e o acordo entre as universidades Unisinos, Universidade

¹ Compreende-se por relação simbiótica a relação indissociável entre humanos e dispositivos móveis, mais especificamente entre jornalistas e smartphones. Mais sobre o conceito pode ser encontrado em Marcellino (2021)



Federal de Santa Maria e Södertörn Höskola. É importante destacar que não buscávamos uma análise comparativa entre os dois cenários, justamente por entendermos que Suécia e Brasil possuem suas particularidades não apenas sociais e econômicas, mas no próprio modo de concepção do jornalismo enquanto ciência e prática profissional em um cenário em processo de midiatização.

Como metodologia, o trabalho buscou na etnografia sua principal ferramenta investigativa. Durante o período na Suécia, sete entrevistas foram realizadas com jornalistas. Além disso, ainda no cenário nórdico, emerge a vivência do pesquisador a partir de um diário de campo dos 10 meses de contato com as particularidades do cenário. Já no Brasil, a investigação se deu a partir de uma etnografia de observação de uma redação, no Paraná Portal, durante duas semanas. Em adição, foram realizadas três entrevistas com profissionais que trabalhavam na redação do veículo paranaense.

Outro ponto relevante do trabalho, como forma de contextualização das discussões presentes neste artigo, é compreender a midiatização como um fator central no processo. Aqui é importante observar de que modo práticas e processos sociais são afetados por lógicas de midiatização e pela ambiência nos dois cenários. Para isso, compreendemos que é necessária uma pequena abordagem conceitual sobre temas que perpassam o processo de realização desta pesquisa.

Para localizar a midiatização como central nesse processo é necessário a discussão de dois conceitos primordiais que



estão presentes na relação abordada neste texto. O primeiro deles, o conceito de ambiência, rege o *lócus* central de funcionamento do processo. Pedro Gilberto Gomes (2017) discute uma “era da civilização unificada” em que as tecnologias auxiliam na criação de um sistema nervoso para a humanidade. É nesse contexto exposto pelo autor que se situa a midiatisação, os dispositivos não estão mais inseridos em um quadro de mediação. Para o autor:

A sociedade em processo de midiatisação é maior, mais abrangente, que a dinâmica da comunicação até agora levada a cabo na chamada sociedade dos meios. Não é somente a comunicação que é potencializada, isto é, não são apenas as possibilidades de comunicação, por meios tecnológicos extremamente sofisticados, que caracterizam o contexto atual; mas a sofisticação tecnológica, amplamente matriz que acaba por determinar o modo de ser, pensar e agir em sociedade. A esse ambiente matriz designamos de sociedade em midiatisação (Gomes, 2017, p.134).

Em suma, de acordo com o autor, a ambiência da midiatisação nos coloca em um “novo modo de ser no mundo” em que o tecido social é modificado. Ou seja, as relações sociais se alteram como uma nova realidade imposta socialmente: o processo tecnológico aproxima atores sociais e a circulação de sentidos cria uma gama infinita de possibilidades de interação. Assim, as mais diversas ações em sociedade também são modificadas, criando novos sentidos. Podemos observar as mudanças que ocorreram nos últimos anos: existem transmissões de partos ao vivo, aulas simultâneas on-line, museus



com obras sendo expostas via internet, a plataformização do trabalho com aplicativos como o Uber e Ifood, por exemplo.

Para Andreas Hepp e Nick Couldry (2020), a construção que fazemos do mundo social está intrinsecamente implicada nos nossos usos de mídia. Ainda segundo os autores, as interdependências entre as próprias mídias tornam as relações ainda mais intrínsecas.

Pensar sobre o mundo social e seus diferentes domínios como “midiatizado” significa assimilar que a sua construção envolve práticas de comunicação que são, por sua vez, moldadas por processos de longa duração de institucionalização e materialização aos quais nos referimos como “mídias”. (Hepp; Couldry, 2020, p. 52).

Uma das mudanças observadas com essa ambiência da midiatização é o próprio jornalismo diário. A ubiquidade faz parte do processo da midiatização em sociedade e isso não é diferente para os profissionais da comunicação. O “ato de fazer jornalismo” se transforma radicalmente com os avanços tecnológicos e as percepções sociais. Isso pode ser visto nos Stories em redes sociais como Facebook e Instagram, nas redações convergentes, nos profissionais multimidiáticos e no “ao vivo” sendo transmitido no lugar do acontecimento com o auxílio do *smartphone*.

O segundo conceito primordial que surge com a midiatização como eixo central de análise das relações simbióticas como objetos de pesquisa no Campo da Comunicação é a circulação. Com a ambiência midiatizada, os processos circu-



latórios são acionados com uma velocidade em progressão geométrica. É nessa perspectiva que Antônio Fausto Neto (2015) afirma que o campo *dos media* se modifica com a midiatização. Para o autor, há um deslocamento da problemática de campo para os fluxos e discursos.

Ana Paula da Rosa (2016) afirma que os estudos em circulação podem ser divididos em, pelo menos, três momentos distintos. O primeiro deles é situado na relação entre circulação - intervalo em que o foco está na transmissão. Nessa etapa, há um olhar para a produção e a recepção a partir de uma passagem automática de sentido. Já o segundo momento, de acordo com a autora, é conhecido por zona de indeterminação, “em que se percebe a redução da força das gramáticas de produção e reconhecimento, para a intensificação dos contatos entre os discursos via dispositivos” (Rosa, 2016, p.6). Por último, o terceiro momento, emerge da zona de indeterminação e é denominado de acoplamentos. Nele, acoplagens acontecem para a produção de sentido onde meios e técnicas reduzem a distância do processo vigente.

Em resumo, quando pensamos neste trabalho as relações entre a etnografia e a midiatização pensamos justamente nesses dois conceitos centrais para as discussões: a ambiência e a circulação. Antes de aprofundar no modo pelo qual o percurso metodológico foi constituído, é necessário debater o conceito da etnografia enquanto uma escolha metodológica no Campo da Comunicação, mais especificamente em pesquisas de Midiatização.



Etnografia enquanto escolha metodológica

Observando as questões feitas na pesquisa, a etnografia se tornou a opção metodológica mais viável. Em primeiro lugar, por ser um método que utiliza do olhar do pesquisador e da sua vivência para a compreensão de um cenário. Em um segundo momento, por se tornar uma metodologia assertiva na analogia de ambientes.

Punch (2021) afirma que a abordagem da etnografia é ideal em situações em que precisamos compreender contextos e comportamentos, significados e significâncias simbólicas, pois se trata de um método de descoberta em que, em geral, lidamos com situações desconhecidas, diferentes ou distantes de nossa realidade.

O autor aponta ainda seis elementos de abordagem da pesquisa etnográfica. A primeira etapa consiste na percepção de que os significados culturais compartilhados entre os membros da comunidade são essenciais para estudar um grupo de pessoas. O segundo elemento está ligado a sensibilidade do etnógrafo com relação aos significados presentes nos comportamentos e ações, “o que é necessário é a perspectiva de quem está do lado de dentro sobre esses eventos, ações e contextos” (Punch, 2021, p.178).

Em terceiro, segundo o autor, é necessário que o grupo seja estudado em seu cenário natural. Ou seja, o pesquisador deve se integrar no cenário em que o grupo está acostumado a manter suas relações. O quarto ponto elencado por Punch



(2021) é sobre a coleta de dados. Para o autor, o estudo etnográfico deve passar por pouca estruturação uma vez que se trata de um método emergente e revelador. Para ele, “a coleta de dados em etnografia pode usar várias técnicas, mas qualquer estruturação dos dados ou dos instrumentos de coleta será gerada *in situ* durante o estudo” (Punch, 2021, p. 179).

Do ponto de vista da coleta de dados, o autor aponta que a escolha da técnica é variada e não restrita. Ou seja, há diversas possibilidades de técnicas que podem ser usadas desde que o trabalho seja realizado no campo. Por último, Punch (2021) aponta que a coleta de dados na etnografia é longa e repentina já que o registro etnográfico necessita de minuciosidade e foco nas ações que acontecem repetidamente nos grupos estudados.

A etnografia, apesar de ser oriunda da antropologia, também é uma metodologia discutida por diversos autores dentro do Campo da Comunicação. Um dos principais autores a abordarem o assunto, Dell Hymes (1964) compreende que a etnografia é necessária para o desenvolvimento da Comunicação justamente por ela tratar de questões únicas e complexas que auxiliam no desenvolvimento da ciência.

Em suma, a “etnografia da comunicação” implica duas características que uma abordagem adequada dos problemas de linguagem que engajam os antropólogos deve ter. Em primeiro lugar, tal abordagem não pode simplesmente separar os resultados da linguística, psicologia, sociologia, etnologia, como dados, e procurar correlacioná-los, por mais parcialmente útil que seja esse trabalho. Deve chamar a atenção para a necessidade de novos tipos de dados, para a neces-



cidade de investigar diretamente o uso da linguagem em contextos de situação, de modo a discernir padrões próprios da atividade da fala, padrões que escapam a estudos separados de gramática, personalidade, religião, de parentesco e afins, cada um abstraindo da padronização da atividade de fala como tal em algum outro quadro de referência. Em segundo lugar, tal abordagem não pode tomar forma linguística, um determinado código, ou a própria fala, como quadro de referência. Deve tomar como contexto uma comunidade, investigando seus hábitos comunicativos como um todo, de modo que qualquer uso dado de canal e código tome seu lugar apenas como parte dos recursos dos quais os membros da comunidade se valem (Hymes, 1964, p.4).

A perspectiva de Hymes (1964) nos invoca pensar sobre o contexto e o objeto representado neste artigo. Enquanto pesquisadores, é necessário compreendermos que Suécia e Brasil possuem realidades diferentes e, por isso, a abordagem etnográfica realizada em cada cenário também não é a mesma.

Na perspectiva da midiáticação, Verón e Levasseur (1989), ao observarem uma exposição, concluíram a importância de olhar para as particularidades de cada indivíduo.

Nosso levantamento etnográfico sobre a exposição “Férias na França” sublinha a importância da distinção entre produção e reconhecimento na análise de um meio e mostra que o reconhecimento não é mais dedutível de uma descrição da estrutura do discurso em questão, do que sempre, ao contrário, o resultado complexo do encontro entre as propriedades significativas do discurso e a estratégia de apropriação do sujeito receptor (Verón; Levasseur, 1989, p. 49).



As ideias de Verón e Levasseur, portanto, foram inseridas no contexto desta pesquisa exatamente por possibilitarem observar a circulação, entre produção e reconhecimento. Desta forma, observar como cada um dos jornalistas se comporta no ambiente foi fundamental para determinar os modos de atuação afetados pela dimensão tecnológica, bem como as práticas nas redações de jornalismo no Brasil e na Suécia. Em nosso entendimento isso é essencial para compreender o fenômeno como um todo.

As discussões de Verón e Levasseur também serviram como um primeiro passo para desenvolver o processo de etnografia na Suécia e no Brasil. Em um primeiro momento, porém, a ideia inicial era desenvolver uma observação participante em uma redação sueca, o que não pôde ser realizado. Foi a partir do contato com o pesquisador sueco Per Stahlberg (2002) e a sua tese "*Lucknow Daily – how a hindi newspaper constructs society*" que a perspectiva sobre etnografia da pesquisa foi constituída. Assim como Stahlberg, parte da nossa missão na Suécia era a compreensão de cultura a qual não estávamos inseridos. Da leitura da sua tese, então, emergiu a consciência em um processo etnográfico que visasse justamente nossas percepções enquanto estrangeiros e, além disso, na constituição do caso no Brasil, de uma etnografia que fosse detalhada a partir das observações do que está além das falas. O que nos leva, portanto, às constituições da das vivências em um processo.

O próximo tópico deste artigo reflete justamente para as técnicas de coletas etnográficas. Pensar na etnografia é



pensar em múltiplos modos de observar comportamentos. A partir disso, descrevemos as técnicas metodológicas de coletas que foram essenciais para mapear as questões que indagamos nesta pesquisa.

Técnicas de coletas em cenários distintos

A etnografia, como observamos nas discussões do tópico anterior, é uma metodologia ampla que permite ao pesquisador conhecer particularidades de um contexto ou grupo social. Analisaremos neste tópico três processos metodológicos distintos que podem compor uma análise etnográfica.

O primeiro deles é o diário de campo, em que o pesquisador utiliza da observação, anotações e inferências para discorrer sobre o movimento de pesquisa. Em um segundo momento, discutimos a observação participante. Ou seja, quando o pesquisador se insere no contexto pesquisado para compreender uma cultura ou povo. Por último, abordamos as entrevistas em profundidade que servem para dar voz aos coletivos pesquisados.

É importante ressaltar que esses modos de realizar um processo etnográfico não são excludentes, em outras palavras, eles podem coexistir em um mesmo universo de pesquisa. O que será demonstrado no próximo tempo com a empiria sobre as redações de jornalismo no Brasil e na Suécia.



O diário de campo

O diário de campo consiste em um conjunto de anotações e percepções do pesquisador acerca do seu objeto de pesquisa e o contexto no qual esse objeto foi analisado. De acordo com Freitas e Pereira (2018, p. 236), o diário “o qual assume tanto um caráter de ferramenta revisora das práticas levadas a campo, quanto de instrumento formador e de registros do que acontece nos grupos” é fundamental na produção de conhecimentos sobre um grupo.

O diário de campo, portanto, não é uma simples análise documental, mas um modo de pesquisa em que surgem inferências científicas do autor a partir de percepções e anotações sobre o contexto pesquisado. Para organizar o diário de campo, é necessária a utilização de protocolos de pesquisa.

A criação dos protocolos está baseada no que apresentam as autoras Danna e Matos (2011, p. 45) “O protocolo contém uma série de itens que abrangem as informações relevantes para a análise do comportamento; e uma das habilidades requeridas do observador é a preencher corretamente esses itens.”

As inferências surgem justamente da leitura e análise desses protocolos. A escrita, portanto, é de fundamental importância neste método etnográfico. Vale ressaltar que, apesar dos protocolos servirem como uma base, não há um modo pré-determinado de escrita. Em outras palavras, o diário de campo pode ser escrito em primeira pessoa do singular, em primeira pessoa do plural ou em terceira pessoa.



Em nossa pesquisa sobre jornalismo e midiatização no Brasil e na Suécia, o diário foi central para estabelecer uma compreensão não apenas do jornalismo, mas dos contextos sociais dos dois cenários. Com o diário, foi possível constituir que Brasil e Suécia compreendem momentos midiatizados distintos no jornalismo apesar de os sujeitos estarem inseridos em práticas parecidas.

A observação participante

É importante destacarmos, novamente, que a observação participante não é um método excludente ao diário de campo, porém, complementar. A observação participante permite que o pesquisador se insira em um contexto social e, a partir disso, compreenda melhor uma cultura ou povo.

Mario Cardano (2017) aponta que a observação é uma técnica de pesquisa em que há uma proximidade com o objeto pelo compartilhamento de experiências que aparecem durante o processo. Para o autor “a harmonização do método ao objeto expressa-se em um estilo de pesquisa interativo, graças ao qual o pesquisador coordena os próprias ‘movimentos’ com os das pessoas que participam do estudo” (Cardano, 2017, p.107). A partir disso, o autor aponta que a observação participante é uma das principais técnicas de pesquisa social.

A observação participante é a principal técnica para o estudo da interação social, do agir de indivíduos reciprocamente presentes uns aos outros. O agir é aqui observado diretamente, no seu fazer, e não reconstruído por meio do relato de quem participou da interação (Cardano, 2017, p.107).



Luiz Mauro Sá Martino (2018) afirma que na observação o objetivo é compreender uma situação (no nosso caso as relações simbióticas e as práticas jornalísticas) diante da troca realizada entre pesquisador e pesquisado. Ou seja, não se trata de o pesquisador, na observação, se colocar em uma posição superior ou como neutro (sendo aquele que julga), mas de ver e desconfiar do próprio olhar e se atentar às relações.

Seguindo a mesma toada, Cardano (2017) salienta que na observação reconstituímos as vivências de acordo com nossas bagagens. “Cada um de nós reconstrói a experiência vivida a partir do próprio ponto de vista, quer dizer, pelo o que pôde ver, e interpreta essa experiência à luz do próprio modo de ser no mundo e em razão da natureza do envolvimento no evento narrado” (Cardano, 2017 p.107 - 108).

Mario Cardano (2017) ainda estabelece que a participação na observação existe em dois planos distintos: o cognitivo e o pragmático. No plano cognitivo, “a participação consiste essencialmente em aprender um (outro) ver algo como algo” (Cardano, 2017, p.111). Para o autor, o nosso corpo se torna um instrumento observativo. Já no plano pragmático, “a participação constitui um importante – embora não decisivo – teste para avaliar a adequação da própria interpretação das regras e das práticas que guiam as formas de interação social para as quais é dirigida a atenção” (Cardano, 2017, p.112). O autor enfatiza que

O que nos interessa não é apenas evitar as gafes, mas ter acesso a uma compreensão profunda da sintaxe que guia as interações de que fazemos parte, acessando-as em um registro crítico, capaz de chegar



também ao porquê, à explicação da regra (Cardano, 2017, p.112).

Apesar de naturalmente desestruturada, a observação pode seguir com duas linhas de trabalho que são apresentadas por Cardano (2017). A primeira técnica é conhecida por observação *Usbek* em que se olha ao redor sem considerar nada óbvio e descreve as interações sociais que observamos sem critérios de relevância. A segunda técnica é conhecida como *Truque de Henri Cartier-Bresson* que sugere tirar a atenção do primeiro plano de observação ao plano de fundo e vice-versa. Ou seja, de observar as mais variadas camadas interacionais. Vale destacar que essas linhas de trabalho não estruturam as observações em si, mas voltam o olhar do pesquisador as possibilidades presentes nos contextos pesquisados.

Na tese que originou as discussões, a observação participante foi central para compreender de que forma os jornalistas no Brasil e na Suécia utilizam os dispositivos móveis e como as redações eram remodeladas a partir dessas interações em um cenário midiaticizado. Porém, apenas as observações e as anotações não foram o suficiente para a compreensão total do fenômeno. A partir disso, tomamos a decisão de realizar, complementarmente, entrevistas com os profissionais que trabalham nessas redações, inclusive porque entendemos que dar voz aos sujeitos é uma postura política de pesquisa.



As entrevistas

As entrevistas em profundidade, no movimento etnográfico, servem para dar voz aos sujeitos que estão sendo observados. As entrevistas consistem em um método que os sujeitos podem ser confrontados a partir de ideais, situações ou observações prévias.

De acordo com Punch (2021, p.198), “a entrevista é a ferramenta mais proeminente de coleta de dados na pesquisa qualitativa”. Ainda segundo o autor, entrevistar é uma excelente forma de acessar significados e construções da realidade dos indivíduos, ou seja, compreender o outro.

Seguindo o mesmo raciocínio, Cardano (2017) afirma que a entrevista é um formato que permite “ter acesso à experiência autêntica dos entrevistados que fornecem ao público o drama de sua existência” (Cardano, 2017, p.166). É na entrevista, portanto, que iremos abordar os meandros das redações, tentando compreender de que forma os *smartphones* e as relações simbióticas perpassam as práticas e processos jornalísticos no Brasil e na Suécia.

Cardano (2017) aponta que o roteiro de entrevista requer um determinado planejamento. Além disso, para o autor, as perguntas podem ser apresentadas aos entrevistados quando o pesquisador julgar mais adequado para o processo metodológico. Em apêndice neste documento é possível observar uma pré-estrutura das perguntas e todas as respostas de todos os entrevistados durante o processo. Porém, é importante



ressaltar que as entrevistas aqui não têm caráter estruturado. Ou seja, algumas perguntas foram feitas especificamente dependendo das condições de cada uma das redações, jornalistas e do contexto geral e da realidade dos locais.

No movimento etnográfico que apresentamos no próximo tópico, as entrevistas foram essenciais para o desenvolvimento de algumas inferências. Além disso, foram de suma importância para confrontar nossa visão nas observações e diários de campos. Em outras palavras, as entrevistas também foram um movimento de método complementar.

Etnografia em um contexto da midiaticização – os casos das redações de jornalismo no Brasil e na Suécia

Como forma de ilustrar os movimentos empíricos citados durante o artigo, trazemos neste tópico apenas as inferências que emergiram do percurso metodológico da etnografia. Optamos por esse recorte, também, pelo espaço do artigo, uma vez que as particularidades de cada um desses procedimentos requerem um desenvolvimento maior.

Em um primeiro momento, é necessário destacar a transformação das redações, o que nos permitiu propor o conceito de redações midiaticizadas. Ressaltamos aqui, em um momento de análise dos dados empíricos e da comparação entre os dois países, que não utilizamos midiaticizadas como um adjetivo, diminuindo a importância do conceito, mas como parte de um processo recorrente que é afetado por lógicas e processos sociais e as tecnologias. Em outras palavras, o



que percebemos é uma evidência de uma processualidade. Em ambos os cenários pesquisados, foi possível observar a decorrência do fenômeno. Enquanto pesquisadores, definimos as redações midiáticas como: redações de jornalismo que funcionam de maneira desterritorial ou híbrida, com espaços de trabalho que são estendidos por meio de dispositivos tecnológicos e de aplicativos afetando lógicas de produção, recepção e distribuição.

Porém, é importante destacar que as redações existentes no Brasil e na Suécia possuem estruturas digitais de trabalho distintas. Os jornais do país escandinavo, por exemplo, optaram por elaborar redações virtuais mais complexas em aplicativos que permitiam, por exemplo, páginas e conversas para editoriais específicas, como é o caso do Skype do Dagens ETC. Já no Brasil, os espaços das redações ocorrem em grupos do aplicativo Whatsapp, como foi possível relatar com a redação do Paraná Portal. Parte dessas escolhas está também em formações culturais digitais dos dois países. O WhatsApp não é um aplicativo usado com tanta frequência na Suécia para fins profissionais, sendo considerado mais pessoal.

As experiências da observação da redação no WhatsApp no Brasil também nos mostraram uma nova realidade nas práticas jornalísticas. Enquanto na Suécia as reuniões de pauta aconteciam através dos aplicativos por chamadas de vídeo, no Brasil, as pautas eram discutidas e enviadas em conversas no WhatsApp. Ou seja, o Paraná Portal nos evidencia que a reunião de pauta, clássico fenômeno jornalístico, já sofre com



alterações de lógicas presentes em um cenário em processo de midiaticização corrente.

Além das reuniões de pauta, foi possível observar etnograficamente a importância do WhatsApp para contatar as fontes. Os grupos de fontes oficiais remodelam o modo como o jornalista trabalha, agora em lugar de curador de notícias, em um cenário em que a produção de sentido nas redes sociais cresce em proporções exponenciais. O que percebemos, portanto, é o jornalista em um local adaptativo contínuo da realidade em processo constante de midiaticização. Em outros termos, há uma nova lógica com relação aos dispositivos interacionais nas redações, as lógicas de midiaticização alteram a forma como as interações ocorrem dentro e fora das redações.

O processo contínuo de adaptação e a necessidade de estar conectado também se mostraram um fenômeno que influencia o jornalista enquanto sujeito em suas práticas cotidianas. Nesse sentido, os jornalistas suecos apontaram para uma exposição às notícias, informações e a necessidade eminente de estar conectado. Essa superexposição a conexão denota, de acordo com os entrevistados, uma série de questões psicossomáticas. Já no Brasil, por outro lado, apesar da conexão 24/7 ser evidente como no caso do acidente de carro, os jornalistas parecem mais adaptados à realidade da conectividade.

Outro ponto relevante para a análise empírica é entender de que forma os atores sociais fazem parte dos processos de produção do jornalismo. No Brasil, há um entendimento maior do impacto dos atores sociais na opinião pública e nos



discursos de sentido criados. Em outras palavras, de fato os atores sociais são ativos em uma sociedade em processo de midiatização, ficando em contato e criando lógicas distintas com o jornalismo enquanto instituição. Nesse sentido, o jornalista atua como curador de notícias e observador em uma sociedade que utiliza das redes sociais para reverberar discursos. Já na Suécia, os jornalistas parecem observar passivamente o modo no qual os atores sociais atuam nas redes sociais. Isto é, apesar de compreenderem a força das redes, os profissionais parecem ainda tatear de que forma e como os atores sociais impactam no processo de produção do jornalismo. Porém, é importante destacar que em ambos os cenários os atores sociais são relevantes e ativos no processo de produção jornalístico.

Isso nos leva a identificar mais uma inferência sobre o processo. Brasil e Suécia vivem tempos midiatizados distintos. Porém, há em cada país características socioculturais que influenciam o modo no qual o processo de midiatização se desenvolve em cada sociedade. Aqui podemos compreender as *affordances* (características oferecidas pelo ambiente) dos dois cenários. Em outras palavras, o jornalismo midiatizado na Suécia e no Brasil, apesar de inúmeras congruências, não é o mesmo. O que nos confidencia que a midiatização é um processo corrente e distinto em cada sociedade e que depende da ambiência e das características oferecidas em que a sociedade está inserida. Em outras palavras, destacamos que a midiatização de uma sociedade não está ligada



ao seu poderio econômico ou a sua hierarquização social, mas às adaptabilidades da sociedade às lógicas midiáticas.

Considerações Finais

O artigo buscou a partir de um recorte reflexivo do percurso metodológico da tese “Redações Midiáticas: etnografia sobre práticas jornalísticas e suas relações simbióticas com dispositivos móveis no Brasil e na Suécia” discorrer sobre as formas de se realizar um processo etnográfico no campo da Comunicação, mais especificamente em pesquisas em jornalismo.

Compreendemos, a partir do percurso da discussão metodológica, que a etnografia enquanto método é plural e permite o uso de diversos procedimentos para compor um arranjo metodológico. Nesta pesquisa, por exemplo, discutimos a importância sobre o diálogo entre diário de campo – observação participante – entrevistas em profundidade.

É possível observar, também, que a etnografia se mostrou como uma importante escolha metodológica para compreensão de cenários distintos, mesmo em dialogia. As redações de jornalismo do Brasil e da Suécia, apesar de similaridades, possuem suas próprias idiosincrasias que só puderam ser observadas a partir de um detalhado processo etnográfico.

Em suma, concluímos que o processo etnográfico é um método plural em que não há uma receita específica pré-definida. As observações e as ações de pesquisa devem partir justamente das questões que emergem dos objetos de



pesquisa propostos. Além disso, considerando os estudos da midiatização, entendemos que a etnografia é um movimento essencial para a abordagem de objetos complexos, visto que a análise da circulação midiática pode ser mais bem observada, exatamente, em sua processualidade, já que não se refere a uma análise do conteúdo produzido pelo jornalismo, a notícia e os enquadramentos, por exemplo, mas à efetiva prática jornalística afetada pelo modo de ser no mundo da midiatização.

Referências

CARDANO, Mario. **Manual de Pesquisa qualitativa: contribuição da teoria da argumentação**. Editora Vozes, 2011.

DANNA, Marilda Fernandes; MATTOS, Maria Amélia. **Aprendendo a observar**. 3 São Paulo: Edicon, 2011, 176p.

FAUSTO NETO, Antônio. **Pisando no solo da mediatização**. In: J. Sàágua, F. R. Cádima, (orgs). *Comunicação e linguagem: novas convergências*. Lisboa: FCSH Universidade Nova de Lisboa, 2015.

FREITAS, Mateus & PEREIRA, Eliane Regina. **O diário de campo e suas possibilidades**. *Quaderns de Psicologia* | 2018, Vol. 20, No 3, 235-244.

GOMES, Pedro Gilberto (2017). **Dos meios à midiatização: um conceito em evolução**. São Leopoldo RS: Editora Unisinos, Coleção Focus 2017.

HEPP, Andreas; COULDRY, Nick. **A construção mediada da Realidade**. Editora Unisinos, 1ª edição, 2020.

HYMES, Dell. **Introduction: Towards Ethnographies of Communication**. University of California, Berkeley, 1964.

MARCELLINO, Marcio Morrison Kaviski. **As relações simbióticas entre jornalistas e dispositivos móveis como objeto de pesquisa dentro do Campo da Comunicação**. *Revista Tropos Comunicação, Sociedade e Cultura*, v.10, nº1, edição de Julho de 2021. Acesso em: 16 de abril de 2024. Disponível em < file:///C:/Users/marci/Downloads/4831-Texto%20do%20artigo-14692-1-10-20210420.pdf >



MARTINO, S.M. LUÍS. **Teoria das mídias digitais: linguagens, ambientes e redes**. São Paulo: Editora Vozes, 2018

PUNCH, F Keith (2021). **Introdução a pesquisa social: abordagens qualitativas e quantitativas**. Editora Vozes.

ROSA, Ana Paula. **Visibilidade em fluxo: os níveis de circulação e apropriação midiática das imagens**. Revista Interin, Curitiba. V.21, n.2, p.60-81, jul/dez, 2016.

STAHLBERG, Per. **Lucknow Daily: how a Hindi newspaper constructs society**. Stockholm University, Faculty of Social Sciences, Department of Social Anthropology, 2002.

VERON, Eliseo; LEVASSEUR, Martine. **Etnografía de uma exposición**. Paris, biblioteca pública de informação, 1989, p.61-.p96.



A ETNOGRAFIA PARA INTERNET E A ROLETA INTERSECCIONAL NA PESQUISA COM INFLUENCIADORAS DIGITAIS MIGRANTES

**Luiza Dias de Oliveira
Liliane Dutra Brignol**

Este artigo traz discussões sobre o percurso metodológico e parte dos achados da pesquisa que resultou na tese de doutorado¹ da primeira autora, sob orientação da segunda autora. O tema do estudo desenvolvido dá conta das migrações nos tempos atuais, relacionando-as com as tecnologias digitais e seus usos por mulheres migrantes que trabalham, em parte, como influenciadoras digitais² (Karhawi, 2017; Karwahi, Prazeres, 2022) nos Estados Unidos. Por meio de uma perspectiva teórico-metodológica etnográfica, a partir da observação online e de entrevistas com as interlocutoras, foi possível definir seis categorias interseccionais fundamen-

¹ A pesquisa em questão foi realizada com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001.

² O termo influencers ou digital influencers será utilizado neste texto como sinônimo. Influenciadores digitais são pessoas que produzem conteúdo para alguma rede social digital, podem ter desde milhares até milhões de seguidores. É uma pessoa capaz de causar influência nos outros a partir do conteúdo produzido.



tais para a pesquisa. Neste artigo, abordamos as categorias de gênero, classe e status migratório.

Para este capítulo, trazemos o percurso etnográfico desenvolvido, a inserção no campo, as dificuldades e negociações, ademais das percepções sobre as entrevistas realizadas e sobre as três categorias de análise. A observação das contas das mulheres migrantes no Instagram, contexto em que se deu a observação online, foi realizada entre maio de 2022 e dezembro de 2023. As entrevistas também foram realizadas neste período. Após troca de mensagens e autorizações, sete interlocutoras aceitaram participar da pesquisa: Angela, Adriana, Kimberlé, Djamila, Joan, Judith e Simone. Foram atribuídos pseudônimos para preservar a identidade das influenciadoras.

Destacamos a importância das tecnologias digitais nos contextos migratórios (Brignol, 2012), que atuam não somente como facilitadoras na criação e manutenção de redes sociais, mas também como fonte informal de trabalho para as influenciadoras digitais migrantes. Assim, a etnografia para internet se torna uma importante aliada na compreensão dos usos e apropriações destas tecnologias realizados pelas interlocutoras. Com objetivo de alcançar uma abordagem ampla, que dê conta das diferentes experiências individuais, nos aproximamos também da proposta metodológica da roleta interseccional (Carrera, 2021), definindo categorias que deem conta das diferentes intersecções as quais essas mulheres se encontram.



A etnografia para internet e a roleta interseccional

Nas últimas décadas, a internet se tornou um campo vasto e profícuo para os estudos na área da Comunicação. Desta forma, as metodologias de pesquisa foram adaptadas de forma a dar conta dos novos cenários. Com a etnografia não foi diferente. Desde as primeiras incursões nos campos online, diferentes terminologias foram designadas para identificar métodos que dessem conta do estudo da internet. Hine, em 2001, propôs o que chamou de etnografia virtual. Em 2015, atualizou o termo para etnografia para internet. Miller e Slater, em 2004, também publicaram uma pesquisa sobre os usos de cibercafés, a partir de uma perspectiva etnográfica. Fragoso, Recuero e Amaral (2011) também citam a netnografia (cunhada na metade da década de 1990, foca no consumo, marketing e comunidades de fãs), webnografia (mais focada em pesquisas de marketing, relacionando métricas e audiências) e a ciberantropologia (também desenvolvida na década de 1990, foca nos estudos de pessoas em ambientes conectados).

Reconhecendo as inúmeras variações epistêmicas referentes à etnografia conduzida em ambientes virtuais, optou-se pelo uso da etnografia para internet por partir da compreensão de que a internet é incorporada, corporificada e cotidiana na sociedade (Hine, 2015), reforçando a não distinção entre os ambientes online e off-line. A autora teoriza que ela é incorporada porque é “entrelaçada em um uso com múltiplas formas de contexto e estruturas de produção de sentido”



(Hine, 2015, p. 33). Ou seja, é incorporada a nossa vida, aos nossos relacionamentos, com diferentes apropriações de diferentes grupos. É corporificada porque trata de experiências digitais integradas às experiências humanas. As identidades experimentadas no ambiente virtual são apenas consequências inseparáveis das experiências físicas. É cotidiana porque se integra às nossas rotinas.

No caso da pesquisa em questão, é interessante ver o quanto o conteúdo produzido é mediado e pensado, com relação ao que as mulheres querem que apareça e aquilo que é deixado de lado. Reflete-se se o que é colocado para os outros verem é o que elas consideram mais importante, que gera mais engajamento. Para Miller e Slater, uma etnografia realizada com/em tecnologias digitais não está diretamente atrelada ao fato de ela ter uma exploração do off-line, mas do “compromisso em relacionar o fenômeno a contextos mais amplos” (Miller; Slater, 2004, p. 46). Quer dizer, deve haver um esforço para se compreender as questões que circunscrevem o objeto de estudo e seu contexto.

Desta forma, considerando que as interlocutoras se encontram em diferentes entrecruzamentos de interseccionalidades, esta etnografia precisa estar orientada sob um olhar interseccional. Conforme Carrera (2021), estar atento a estas questões significa levar em consideração como as diferentes opressões afetam usos, apropriações, conteúdo, acessos e vivências, fornecendo pistas para um contexto mais amplo. Levar em consideração as diferentes avenidas identitárias



é assimilar que o contexto comunicacional é afetado pelos entrecruzamentos que compõem tanto os enunciadores, quanto os receptores, neste caso, os seguidores das contas das influenciadoras digitais.

Carrera (2021) estipula oito categorias fundamentais para a aplicação da roleta interseccional. Apesar de essas categorias já darem conta de uma grande gama de interseções, para a pesquisa em questão, foi necessário estabelecer marcadores específicos para dar conta da análise: gênero, raça, classe, relacionamentos afetivos, nacionalidade e status migratório. Depois de definidas as categorias fundamentais da pesquisa, o próximo passo é “o estudo da complexidade que envolve cada marcador relevante para o objeto e de seus atravessamentos e interseções” (Carrera, 2021, p. 3). Assim, enquanto o primeiro momento está ligado à descrição das categorias observadas, o segundo permitirá uma maior profundidade no estudo das interseccionalidades.

Assim, buscamos, a partir da etnografia guiada pelo método da roleta interseccional, compreender as complexidades que circundam a experiência migratória a partir de diferentes categorias. Pensar essas questões implica em uma análise que inclui o contexto sócio-histórico das interlocutoras, que “deslocam o objeto analisado para lugares subjetivos singulares” (Carrera, 2021, p. 16). Ponderar essas complexidades é estar atento a diferentes usos das mídias sociais digitais. Mas, para além disso, proporciona uma análise mais aprofundada, atenta às singularidades, às experiências pessoais. Ou seja, permite



chegar a respostas que dão conta não de situações generalizadas, mas de questões representativas que jogam luz sobre as diferentes experiências migratórias.

Negociações e construção do percurso metodológico

Uma etnografia realizada em e com tecnologias digitais vai apresentar desafios e oportunidades diferenciadas para o pesquisador. Diferente de uma pesquisa realizada em uma redação de jornal ou em uma agência de publicidade, a internet surge como um campo acessível a qualquer momento e de qualquer lugar. No caso da tese em questão, a observação foi conduzida na rede social digital Instagram³. Desta forma, toda vez que o aplicativo era acessado, independentemente do objetivo do acesso (se por lazer ou para fins do estudo), havia a possibilidade de coleta de materiais.

Assim, de maio de 2022 a 20 de dezembro de 2023, as inserções em campo, ou seja, a observação do conteúdo publicado pelas influenciadoras e interlocutoras da pesquisa, foi diário. Durante este período, novos perfis foram adicionados à análise. No processo de busca de novas contas de mulheres migrantes para coleta de materiais, o próprio algoritmo do Instagram começou a sugerir mais contas parecidas. Os perfis têm um número variado de seguidores: de alguns milhares

³ O Instagram é uma rede social digital que possibilita o compartilhamento de imagens e vídeos de curta duração diretamente do aplicativo de celular. Nele, também é possível seguir usuários, curtir, comentar e compartilhar as publicações.



até mais de 200 mil. Em comum, no entanto, é a produção de um conteúdo específico sobre a vida enquanto migrante. Esse grupo específico, que chamamos de migrantes influenciadoras digitais (Lyra, 2023), foi uma descoberta da observação.

Assim, o momento que consideramos fundamental na passagem de uma observação preliminar para uma observação mais efetiva foi quando entramos em contato com as migrantes, explicamos a pesquisa e pedimos autorização para a observação da conta. É importante deixar claro que tanto a observação, quanto o contato inicial, foram feitos pelo Instagram. Por questões éticas, decidimos só levar para análise os perfis das interlocutoras que aceitassem participar da pesquisa. Esse contato começou com 14 migrantes influencers. Neste primeiro momento, quatro responderam e deram permissão para observação, três responderam o primeiro contato, e, depois, pararam de responder. Outras sete não visualizaram as mensagens. Das mulheres que não responderam, fizemos uma observação mais geral, apenas para impressões relativas à pesquisa, sem identificação ou apresentação do conteúdo.

Em relação às entrevistas, as dificuldades se mantiveram. Das sete interlocutoras participantes da pesquisa, cinco aceitaram conceder a entrevista. Isso se deve a diversos motivos, como diferenças de fuso horário, acúmulo de funções (trabalho em período integral somado ao trabalho produzindo conteúdo), ou apenas a recusa. Percebendo que a entrevista podia ser um impeditivo para que elas aceitassem participar da pesquisa,



para aquelas que visualizaram as mensagens, mas não responderam, reforçamos o convite pedindo apenas a autorização delas para a observação dos perfis. Essa iniciativa garantiu, portanto, a autorização das sete interlocutoras citadas.

Quanto às entrevistas, o convite inicial dava conta de uma conversa via plataformas de reuniões online ou de trocas de mensagens instantâneas como Google Meet, Zoom ou chamada de vídeo por WhatsApp. Porém, percebemos que esse encontro com data e hora marcada as afastava e, por vezes, as levava a desistir da participação. Como estratégia para mantê-las interessadas, sugerimos a possibilidade de enviar as perguntas para que elas respondessem por áudios no WhatsApp em momento oportuno. Desta forma, as informações que abordamos no decorrer deste texto foram coletadas de diversas formas: por conversas via Google Meet, por áudios e mensagens enviados por WhatsApp, por mensagens trocadas no Instagram ou mesmo por meio de conteúdo publicado na rede social digital, seja em postagens, seja em *stories*⁴. Apesar de compreendermos que parte deste formato não se enquadra nas definições clássicas de entrevistas, essas negociações e adaptações se mostraram necessárias.

Quanto às categorias da análise, elas foram definidas, em parte, durante a observação. Algumas interseções são abrangentes a todas as interlocutoras, por exemplo, todas são mulheres cis brasileiras (gênero e nacionalidade). Por outro

⁴ *Stories* são publicações temporárias que duram 24 horas. Podem ser feitas em forma de fotos, vídeos e textos.



lado, a classe, raça, status migratório e orientação sexual (que está inclusa na categoria de relacionamentos afetivos) difere. Portanto, as percepções do campo foram úteis, também, para determinar a pertinência e recorrência de certos assuntos que davam conta de cada intersecção.

Com o objetivo de demonstrar as impressões deste período, abordaremos os principais achados de três categorias (gênero, status migratório e classe), salientando as inter-relações entre as interseções conforme elas foram observadas. Escolhemos trazer os resultados destas categorias por estarem imbricadas, ou seja, as experiências migratórias de cada interlocutora sofre implicações diretas por conta das vivências relativas a essas intersecções. Além disso, de forma breve, para fins de contextualização, apresentaremos cada uma das interlocutoras.

Angela é uma mulher negra de 35 anos, nascida no Rio de Janeiro. Formada em Moda no Brasil, migrou em 2016 para os EUA, mas já havia residido anteriormente no país enquanto fazia o intercâmbio de Au Pair (babá). Fez curso de Paralegal, uma espécie de assistente de advogados, e trabalha em um escritório de advocacia. É casada com um estadunidense e tem dois filhos. Possui 152 mil seguidores⁵ na sua conta no Instagram. Adriana é uma mulher branca, de 29 anos, nascida em Campinas, São Paulo. Formada em Letras e Biomedicina no Brasil, migrou para os EUA em 2019 para fazer o intercâmbio

⁵ Os dados apresentados são referentes ao final da análise, ou seja, dezembro de 2023.



de Au Pair. Durante o período, conheceu o marido. Ela trabalha como biomédica em um laboratório e possui 80 mil seguidores.

Kimberlé é uma mulher negra, tem 29 anos e é formada em Jornalismo. Nascida em Belo Horizonte, Minas Gerais, migrou para os EUA em 2019 também para realizar o intercâmbio de Au Pair. Durante o período, conheceu a esposa (de quem se divorciou no final de 2023). Trabalha com marketing e tem 80 mil seguidores. Djamila é uma mulher negra de 30 anos, nascida em São Paulo e advogada. Migrou em 2018 para realizar o intercâmbio de Au Pair. Durante o período, conheceu o marido. Atualmente, trabalha como babá enquanto cursa uma especialização em Direito para poder validar o seu diploma. Ela conta com 10 mil seguidores. As interlocutoras mencionadas até agora possuem *Green Card*, um tipo de visto que garante a permanência no país, além de possibilitar que os migrantes trabalhem formalmente.

Joan é uma mulher branca, tem 37 anos, nascida em Campinas, São Paulo, e é formada em Relações Internacionais. Migrou em 2020 com o marido brasileiro quando ele foi cursar o mestrado no país. Desde 2022, se dedica aos cuidados do filho e do seu trabalho como influenciadora. Possui 13 mil seguidores. Já Judith é uma mulher branca, de 27 anos. É gerente de uma lanchonete, migrou aos 19 anos para os EUA e seu status migratório não é abordado no seu conteúdo. Possui 65 mil seguidores na sua conta. Simone é uma mulher branca de 45 anos, nascida em Ribeirão Preto, São Paulo. Migrou com o marido e um dos filhos em



2022. Trabalhou como faxineira até regressar ao Brasil, em setembro de 2023. Durante o tempo em que esteve nos EUA, permaneceu com visto de turista. Possui 14 mil seguidores. As duas últimas interlocutoras não concederam entrevistas, e as percepções apresentadas aqui foram observadas nos seus perfis no Instagram.

Categorias interseccionais e percepções do campo

A categoria de **gênero**, assim como a de nacionalidade, compreende todas as mulheres da pesquisa. No entanto, os atravessamentos dentro desse conjunto não são uniformes. Isso se dá justamente pelo que é afirmado na teoria da interseccionalidade: os entrecruzamentos precisam ser observados, não apenas cada avenida de forma isolada (Crenshaw, 2002; Collins, Bilge, 2021; Akotirene, 2018). Na observação, duas questões apareceram: o trabalho com cuidado, seja como babá, seja na limpeza de casas, e a maternidade. Ainda que cuidar de crianças e fazer faxina não sejam uma função exclusiva das mulheres, esse mercado emprega, na sua maioria, pessoas do sexo feminino. O próprio programa Au Pair, por exemplo, é destinado para jovens mulheres. Conforme Hirata (2016), em pesquisa que articula o trabalho de cuidado, é provável que o trabalho de cuidado continue sendo realizado, em sua maioria, por mulheres: “dado que se trata de um trabalho precário, com baixos salários, mal remunerado, pouco reconhecido e pouco valorizado” (Hirata, 2016, p. 61). Além disso, essas colocações são encontradas no mercado



informal de trabalho, ou seja, não garantem estabilidade financeira, acesso a planos de saúde e garantia de clientes. Essa informalidade, característica do trabalho migrante, já vem sendo estudada e identificada nos estudos migratórios (Mezzadra, 2012; Sassen, 2004).

Em uma publicação, Djamila falou sobre a rotina como babá. A postagem é de um vídeo em um parque com a criança que ela cuida. Na tela, se lê: “Mas graças a Deus as *kids* estão bem tranquilas, consigo estudar nas horas vagas. As babás já tem lugar reservado no céu!” (Instagram, 20 de novembro de 2023, *sic*). A menção sobre “babás têm lugar reservado no céu” tem relação com uma narrativa que retrata o cansaço causado por este tipo de trabalho. Conforme Hirata (2016, p. 54), “o trabalho de cuidado é exemplar das desigualdades imbricadas de gênero, de classe e de raça, pois os cuidadores são majoritariamente mulheres, pobres, negras, muitas vezes migrantes (provenientes de migração interna ou externa)”. Para a pesquisadora, o mercado de trabalho do cuidado e as migrações internacionais estão diretamente ligados, principalmente com o aumento do número de mulheres migrantes desde os anos 2000.

Em entrevista, Djamila comentou sobre o emprego, que é contratada a partir de um aplicativo de babás e recebe o pagamento pelas horas trabalhadas. Além da impossibilidade de crescimento na carreira, ela também explicou que, por ser um trabalho cansativo e com crianças, sua vontade de ser mãe diminuiu. Segundo ela, esse foi um dos motivos que a levou



a buscar o mestrado para seguir carreira como advogada, já que ela e o marido gostariam de ter filhos. Na observação de outras contas no Instagram de mulheres que estão realizando o intercâmbio de Au Pair, a questão de ter filhos surge como uma reflexão. A rotina de cuidados e o tempo despendido com bebês e crianças concretizam a realidade da maternidade, que fica ainda mais extenuante quando a mulher se encontra em uma dupla jornada de cuidado.

Por estar grávida, Angela tem produzido conteúdo variado sobre a gestação: pré-natal, revelação do sexo, consultas médicas etc. Para ilustrar o seu conteúdo, trazemos o conteúdo de um story publicado no dia 29 de novembro de 2023. A publicação trata de um ultrassom de rotina realizado pela influenciadora para acompanhar o crescimento e desenvolvimento do bebê. Depois do anúncio da gravidez, o conteúdo tem sido dividido entre rotinas de trabalho (apesar de não mostrar o escritório de advocacia em que trabalha), da casa, viagens, encontros com amigos e novidades sobre a gestação. Antes, as dicas estavam mais relacionadas à questão migratória, como as burocracias, valores gastos, educação, tipos de visto etc. Com a mudança, o enfoque passou a ser nas informações para migrantes gestantes. O interessante disso é perceber que o conteúdo é bastante orgânico, ou seja, Angela fala sobre aquilo que vive, que faz sentido para ela naquele momento e diz respeito à sua rotina.

Essas questões levantadas aqui certamente não esgotam a discussão sobre o que é ser uma mulher migrante, tampouco abrangem a totalidade das experiências das mulheres. O



que descrevemos integra o conteúdo observado durante a pesquisa. Problemáticas de acesso à saúde, violência, sexualidade, condição da mulher migrante, diferenças entre homens e mulheres migrantes ou relações de gênero nos EUA não foram encontradas na produção das interlocutoras, nem mencionadas nas entrevistas. Há uma produção mais voltada ao migrante no geral, como gênero neutro, sem focar nas especificidades da migração feminina.

O que se percebe, então, é que a maternidade e as colocações no mercado de trabalho informal são temas recorrentes. Outra constatação é a relação entre esses dois temas e a intersecção de classe, já que, em diversos momentos, tanto a maternidade, quanto o trabalho enquanto babá e faxineira, são mencionados em relação aos gastos, salários e oportunidades. Além, claro, da relação direta relatada entre o trabalho como babá e a falta de vontade de ter filhos. O próprio trabalho de cuidado, seja como porta de entrada no país, seja como garantia de sustento para os estudos, foi realizado por cinco das sete interlocutoras da pesquisa. Apesar de não representar uma amostra quantitativa, esses números corroboram com estudos previamente realizados (Fleischer, 2003), que revelam a colocação de mulheres migrantes dentro desse mercado de trabalho informal. Evidencia, de forma complementar, as discrepâncias de gênero, as baixas remunerações, a informalidade e os diferentes entrecruzamentos acionados nesse cenário.

Além disso, durante a pesquisa, percebemos que as categorias de **classe** e **status migratório** estavam diretamente



relacionadas. Essa percepção diz respeito às interlocutoras da pesquisa, e não é uma constatação generalizada. Isso porque parte das mulheres participantes conseguiu emprego na sua área de formação, fato, em grande parte, oriundo do *Green Card* obtido após o casamento.

Assim, a exposição acarretada pelo uso do Instagram enquanto plataforma para trabalho não parece ser um fator de preocupação para elas. Simone comentou em vídeos que ingressou no país com visto de turista e, posteriormente, estava fazendo o pedido para obter o visto de residente, que garantiria o acesso ao trabalho formal. Enquanto isso, fazia “bicos”, ou seja, tinha empregos que não exigiam a comprovação de documentos. Desta forma, sua situação era diferente de algumas das outras interlocutoras: sem direitos trabalhistas, recebendo apenas pelos dias trabalhados, sem estabilidade, contando apenas com a demanda espontânea de casas para limpar e indicações de outros clientes. Observa-se uma relação com as concepções sobre *gig economy*⁶, e como a nacionalidade afeta a inserção no mercado de trabalho formal e informal mesmo nos países do norte. Mesmo que as ocupações informais garantam o sustento desses migrantes, a precarização demonstra a necessidade de políticas de bem-estar social e empregabilidade para essa população (Van Doorn; Ferrari; Graham, 2022).

⁶ O termo faz referência a uma economia de bicos, ou seja, de empregos informais.



Em uma postagem de Simone, do dia 8 de setembro de 2022, ela mostra, em vídeo, uma bolsa com diversos produtos de limpeza. Na imagem, se lê: “Como eu ganho dinheiro fácil nos Estados Unidos”. O texto é uma ironia, buscando mostrar que ela trabalha com faxinas para conseguir a sua remuneração. Na legenda, Simone escreve: “E tem gente que pensa que é fácil ganhar dólar”. Ou seja, o conteúdo apresenta a necessidade do trabalho para garantir o sustento, ao contrário do que ela acredita que possam afirmar de que é fácil ganhar dinheiro nos Estados Unidos. Apesar da menção da moeda estrangeira, o dólar, a colocação também poderia se aplicar às trabalhadoras brasileiras e o trabalho árduo de cuidado e limpeza desenvolvido por elas.

Outra postagem de Simone dá conta da remuneração recebida por quem realiza faxinas nos EUA. Em vídeo publicado no dia 14 de dezembro de 2022, se lê “Quanto ganha uma *housecleaning* nos Estados Unidos?”. Uma estratégia muito comum das criadoras de conteúdo é utilizar palavras em inglês em vídeos, fotos e legendas. *Housecleaning* significa limpar casas, a ação. Para a profissão de faxineira, o equivalente seria *housekeeper* ou *house cleaner*. A seguir, Simone coloca os valores médios de remuneração: entre \$120 e \$150 por faxina, o equivalente a \$600 a \$700 semanais, ou \$2400 a \$3000 mensais. O cálculo é feito considerando uma semana de cinco dias de trabalho e uma faxina por dia. Nos comentários, seguidores fizeram questionamentos a respeito da facilidade para conseguir trabalho, se depois de um tempo a remuneração



melhora, considerando que é possível realizar mais de uma faxina por dia e se ajudante recebe o mesmo valor (por vezes, as empresas contratam mais de uma pessoa para realizar a limpeza, e a remuneração para cada função varia).

Para aquelas que migram de forma não documentada ou que não possuem visto que permita exercer atividades formais, o trabalho com limpeza é um dos mais procurados. Na pesquisa de Soraya Fleischer (2003), etnografia realizada no início dos anos 2000, na cidade de Boston, nos EUA, a questão das diferenças entre o trabalho de faxina no Brasil e nos Estados Unidos já aparecia nas entrevistas: “essa discussão é muito rica porque ressalta os valores associados ao trabalho doméstico no Brasil e como eles são revistos e redimensionados no contexto migratório” (Fleischer, 2003, p. 53). Na observação geral que realizamos, percebemos que muitas migrantes que trabalham com faxina nos EUA não realizavam esse tipo de serviço no Brasil. Algumas, inclusive, recebiam comentários e mensagens depreciativas sobre terem ido embora do país para “limpar privada dos outros”. Como resposta, normalmente citavam que o trabalho com limpeza lhes garantia uma melhor qualidade de vida, mais acesso a bens de consumo e que se sentiam mais seguras no novo país.

Assim como o trabalho com limpeza, ser babá nos Estados Unidos também funciona sob demanda. Após o término do intercâmbio como Au Pair e o casamento, Djamilá seguiu trabalhando para algumas famílias no cuidado das crianças. Durante o período de observação, a influenciadora falou sobre



os aplicativos em que era cadastrada e que a conectavam com famílias que precisavam de babá. O serviço normalmente era para um dia ou noite específicos. No entanto, acabou ficando fixa na casa de uma família durante alguns dias na semana. Ao mesmo tempo, cursava o mestrado em Direito. Durante alguns meses do segundo semestre de 2023, ficou ausente do Instagram, devido à demanda de trabalho como babá e os estudos. Em dezembro do mesmo ano, após finalizar o semestre letivo, voltou a produzir conteúdo para a rede social digital.

Outra pista do período de observações foi a relação entre o tipo de visto com o qual a influenciadora migrou, se casou após migrar, se fez algum tipo de curso profissionalizante e a sua condição financeira atual. Como já foi mencionado, a não documentação dificulta a inserção no mercado de trabalho formal. Um dos benefícios é o acesso a um seguro de saúde, considerando que os Estados Unidos não possuem um sistema de saúde universal e público. Além disso, outra ligação direta entre o status migratório e a classe das interlocutoras também está atrelada à escolaridade. Há algumas diferenças no conteúdo produzido entre aquelas que trabalham no mercado formal e no informal. Simone, por exemplo, trazia um conteúdo mais informativo, com dicas específicas sobre o processo migratório, rotina e trabalho. Angela, por outro lado, também mostra viagens a outros estados, além do conteúdo informativo. Ou seja, mesmo em um grupo pequeno de mulheres, é possível perceber diferenças no seu



estilo de vida conforme observamos as diferentes categorias que utilizamos para a análise.

Notamos, ao longo da observação e da análise da categoria de classe, que esta intersecção, quando analisada no contexto desta pesquisa, está diretamente relacionada ao status migratório destas mulheres. O contexto migratório, o tipo de visto – ou a falta dele –, a escolaridade, enfim, afetam diretamente a colocação dessas mulheres no mercado de trabalho e, portanto, seu poder aquisitivo e posição de classe. Percebemos que, assim como a teoria da interseccionalidade propõe, é impossível vislumbrar uma categoria de forma individual, considerando que cada realidade se constrói a partir de diversos entrecruzamentos. Assim, o contexto de classe se entrecruza com questões de cidadania, escolaridade, raça etc. Relacionadas, as categorias revelam vivências e experiências únicas e individuais.

No caso em tela, mesmo que as interlocutoras tenham diferentes situações em termos de vistos, todas migraram com algum tipo de documentação para os Estados Unidos. Por um lado, esse grupo homogêneo dá conta de um certo tipo de experiência, enquanto é excludente de outras. No entanto, refletimos se mulheres que não possuem documentação também trabalham como influenciadoras, considerando a exposição que este tipo de trabalho acarreta. Ao nosso ver, existem duas possibilidades: ou trabalham com produção de conteúdo, mas não falam sobre seu status migratório (a não menção a esse assunto foi observada em outras contas de



influenciadoras que não responderam ao nosso contato), ou, de fato, não consideram essa exposição segura e, portanto, não se aventuram no trabalho como influenciadoras.

Com a formação como paralegal e, inclusive, tendo prestado serviços em escritórios que atendiam casos de imigração, Angela usa esse conhecimento sobre a legislação, além da experiência migratória, como fonte para criação de conteúdo sobre aspectos normativos e burocráticos da migração. Assim, na sua *bio*, espaço em que o usuário pode se descrever, ela escreve: “Vida real em Hollywood, Maternidade, Direito”. E complementa: “Quer morar LEGALMENTE nos EUA? Te mostro como!”. O status da não documentação surge no discurso, e as palavras “legal” ou “ilegal” aparecem com frequência, ao passo em que a influenciadora dá dicas de como migrar a partir de meios juridicamente aceitos. Nota-se, portanto, que a documentação é acionada como uma forma de garantia de direitos, de preservação da integridade e com condições de garantia de futuro.

Outro assunto que surge no conteúdo das interlocutoras é a questão do *Green Card*. Ele pode ser concedido sob diferentes demandas. No caso das interlocutoras da pesquisa que possuem o documento, foi concedido após o casamento. Durante a observação, Djamila e Adriana produziram conteúdo sobre este assunto. Em publicação do dia 18 de julho de 2023, Djamila aparece em uma foto, segurando o documento. Na tela, se lê: “O que é o *Green Card*?”. A postagem em questão faz parte de um conjunto de sete *stories* sobre a temática. A



influenciadora explica como funciona este tipo de visto, que existe a modalidade condicional, com duração de dois anos, e a permanente, de 10 anos. A primeira pode ser renovada, passando a durar também 10 anos. No caso de casamentos, por exemplo, o *Green Card* costuma ser concedido por dois anos e, depois, pode ser renovado.

Já o caso de Joan é um pouco diferente. Como dito na apresentação das interlocutoras, a influenciadora se mudou para os Estados Unidos junto com o marido brasileiro, após ele ser aprovado para cursar o mestrado no país. A categoria de visto em que ela está enquadrada não permite que ela trabalhe. Neste sentido, a ocupação de influenciadora não só ajuda com renda, mas também para uma sensação de independência e contato com outras pessoas. Mesmo com o filho recém-nascido, Joan seguiu criando conteúdo quando podia. Ou seja, o fato de não possuir permissão de trabalho não interferiu na sua atuação enquanto influenciadora, o que se mostra como uma vantagem.

Judith também falou sobre seu processo migratório de forma breve em alguns *stories*. Salvos em um destaque sob o título de “Perguntas”, a influenciadora conta que começou a pensar em migrar para os EUA depois que sua mãe acompanhou uma amiga no país durante seis meses. Aos 15 anos, ela fez o primeiro intercâmbio, período em que estudou em uma escola estadunidense. Já aos 19, com o visto renovado, migrou de novo para o país. Judith não comenta, no entanto, como foi a renovação do visto ou em que modalidade está



inserida. A informação que compartilha é somente sobre seu trabalho, como gerente em uma lanchonete.

No que diz respeito ao status migratório das interlocutoras, os casos são um pouco semelhantes: todas migraram com algum tipo de visto. A permanência no país ocorreu sob diferentes situações: seja pelo casamento, com a solicitação de alteração do tipo de visto ou com a continuidade dos estudos/trabalho do marido. Ainda que algumas categorias não apareçam em todos os perfis e/ou entrevistas, a questão do status migratório é mencionada por todas as interlocutoras, seja na produção do seu conteúdo, seja nas perguntas da entrevista. No que diz respeito ao que é publicado, essa temática parece ser fonte de interesse e curiosidade dos seguidores. Por isso, presumimos, surja com frequência. A diferença fica na forma como o assunto é abordado: dando dicas de como vencer a burocracia ou contando sobre a experiência pessoal.

Considerações finais

Com esta pesquisa, foi possível perceber que as interseccionalidades analisadas estão ligadas de forma direta aos conteúdos produzidos pelas influenciadoras. Ainda que todas as interlocutoras sejam mulheres brasileiras (ou seja, as categorias de gênero e nacionalidade se aplicam da mesma forma), os entrecruzamentos entre as outras categorias garantem não só uma experiência migratória diferenciada para cada uma,



como também diferentes usos de tecnologias, que acarretam em diferentes conteúdos produzidos.

Outra percepção diz respeito à relação entre diferentes intersecções. Por exemplo, as categorias de classe e status migratório estão mutuamente conectadas. Isso porque a falta de documentação, seja ela referente ao tipo de visto ou a falta total de um visto, afeta a colocação no mercado de trabalho. Sem autorização para trabalhar, as migrantes acabam recorrendo ao mercado informal, seja como babás, faxineiras ou produtoras de conteúdo. A informalidade, por sua vez, está ligada a uma baixa remuneração, à instabilidade financeira e de clientes, à falta de acesso a serviços básicos, como de saúde e educação, e à sobrecarga.

O casamento, por sua vez, e a obtenção do *Green Card*, surge como uma forma de colocação no mercado formal, na possibilidade de atuar em empregos ligados à formação ou na especialização em novas áreas. Das sete interlocutoras da pesquisa, as quatro que migraram para os Estados Unidos como intercambistas do programa de Au Pair conheceram estadunidenses durante o período e se casaram. Após a obtenção do visto de residência permanente, elas puderam começar a trabalhar formalmente.

O que aparece de ponto positivo na narrativa dessas mulheres é a comunidade criada com os seguidores. A interação frequente, as trocas de mensagens, os conselhos e os encontros trazem proximidade e geram novas amizades. Mesmo que os encontros físicos sejam raros, o senso de



comunidade criado diminui a sensação de solidão por estar longe de família e amigos.

Assim, percebemos que observar essas intersecções é fundamental para compreender a experiência migratória das mulheres e como isso afeta os seus usos das tecnologias digitais. Além disso, a produção de conteúdo enquanto influenciadoras digitais é atravessada por cada vivência individual. As publicações dão conta daquilo que elas vivenciam, de como são vistas e como se veem em meio aos fluxos de pessoas e de informações. Por fim, destacamos a importância da etnografia para o campo da comunicação. Esta abordagem teórico-metodológica se mostra valiosa na compreensão de dinâmicas sociais, principalmente a partir da dimensão teórica de gênero.

Referências

- AKOTIRENE, Carla. **Interseccionalidade**. Editora Jandaíra: São Paulo. 2018.
- BRIGNOL, Liliane Dutra. Diáspora latino-americana e redes sociais da internet: a vivências de experiências transnacionais. In: **Diásporas, migrações, tecnologias da comunicação e identidades transnacionais**. Org: COGO, Denise; ElHajji, Mohammed; Huertas, Amparo. Bellaterra: Institut de la Comunicació, Universitat Autònoma de Barcelona, 2012.
- CARRERA, Fernanda. Roleta interseccional: Proposta metodológica para análises em Comunicação. **E-Compós**, Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, v. 24, jan–dez, 2021, p. 1–22. Disponível em: <https://www.e-compos.org.br/e-compos/article/view/2198>. Acesso em setembro de 2022.
- CRENSHAW, Kimberlé. Documento para o encontro de especialistas em aspectos da discriminação racial relativos ao gênero. **Revista Estudos Feministas**, v. 10, n. 1, 2002. Disponível em: <https://www.scielo.br/jj/ref/a/mbTpP4S-FXPnJZ397j8fSBQQ/?format=html&lang=pt>. Acesso em agosto de 2022.



COLLINS, Patricia Hill; BILGE, Sirma. **Interseccionalidade**. São Paulo: Editora Boitempo, 2021.

FLEISCHER, Soraya. Uma faxina na identidade de emigrantes brasileiras. **Cadernos de Campo**, n.11, 2003.

FRAGOSO, Suely; RECUERO, Raquel; AMARAL, Adriana. **Métodos de pesquisa para internet**. Porto Alegre: Sulina, 2011.

HINE, Christine. **Ethnography for the internet: embedded, embodied and everyday**. Bloomsbury Publishing Plc: London, UK, New York, USA, 2015.

HIRATA, Helena. O trabalho de cuidado: comparando Brasil, França e Japão. **Sur – Revista Internacional de Direitos Humanos**. V. 13, n. 24, 2016. Disponível em: <https://sur.conectas.org/wp-content/uploads/2017/02/5-sur-24-por-helena-hirata.pdf>. Acesso em janeiro de 2024.

KARHAWI, Issaf. Influenciadores digitais: conceitos e práticas em discussão. **Revista Comunicare**, v. 17, 2017. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/341983923_Influenciadores_digitais_conceitos_e_praticas_em_discussao?enrichId=rgreq-e72bfd15eb783c69a3027e13bc4328fe-XXX&enrichSource=Y292ZXJQYWdlOzM0MTk4MzkyMztBUzo4OTk1O-TlyNDk5Mzc5MjBAMTU5MTQ5MDkxNDY2NA%3D%3D&el=1_x_3&_esc=publicationCoverPdf. Acesso em novembro de 2022.

KARHAWI, Issaaf; PRAZERES, Michelle. Exaustão algorítmica: influenciadores digitais, trabalho de plataforma e saúde mental. **Reciis – Revista Eletrônica de Comunicação, Informação e Inovação em Saúde**, v. 16, n. 4, 2022. Disponível em: <https://www.reciis.icict.fiocruz.br/index.php/reciis/article/view/3378>. Acesso em maio de 2023.

LYRA, Julia Afonso. **“Ser migrante, tornar-se influencer: visibilidade, inspiração e estratégias de pertencimento da migração venezuelana no Brasil”**. 2023. 172p. Dissertação (Mestrado em Comunicação), UFPE, 2023.

MEZZADRA, Sandro. Multidão e Migrações: a autonomia dos migrantes. **Revista ECO-Pós**, 15(2), 70–107, 2012. Disponível em: https://revistaecopos.eco.ufrj.br/eco_pos/article/view/900. Acesso em maio de 2024.

MILLER, Daniel; SLATER, Don. Etnografia on e off-line: cibercafés em Trinidad. **Horizontes Antropológicos**, v. 10, 2004. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ha/a/byXgK3hjvpRs4snhb8MSbGy/?lang=pt>. Acesso em maio de 2022.



SASSEN, Saskia. Formación de los condicionantes económicos para las migraciones internacionales. **Ecuador Debate**, n. 63, 2004. Disponível em: <https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/handle/10469/3791>. Acesso em maio de 2024.

VAN DOORN, Niels; FERRARI, Fabian; GRAHAM, Mark. Migration and migrant labour in the gig economy: an intervention. **Work, employment and society**, v. 37, n. 4, 2022 Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/09500170221096581>. Acesso em fevereiro de 2024.



A PUBLICIDADE E A PESQUISA-AÇÃO: CONTRIBUIÇÕES PARA O DESENVOLVIMENTO DE PESQUISAS COM FOCO NO ENSINO

**Amarinildo Osório de Souza
Juliana Petermann**

A escolha por um método de pesquisa não é uma decisão trivial, pois envolve uma série de aspectos e alinhamentos. Um ponto de partida é olhar para o próprio objeto de pesquisa e promover atravessamentos que possam guiar um percurso investigativo, entre eles: o problema de pesquisa, os objetivos, as possíveis questões de pesquisa, hipótese(s), o tipo de abordagem (qualitativa, quantitativa ou mista), as técnicas de pesquisas e as ferramentas de coleta e de análise de dados, por exemplo.

Importante ressaltar que os elementos e etapas inerentes ao processo investigativo não seguem essa ordem necessariamente, por vezes não previamente definidos, mas construídos ao longo de um processo permeado por mudanças e realinhamentos. Isto significa que uma pesquisa pode iniciar com um problema de pesquisa que pode ser afinado ou ampliado ao considerar uma série de fatores relacionados ao objeto investigado, além das limitações do próprio estudo.



A diversidade de métodos e suas peculiaridades também podem representar desafios para pesquisadores. Na Comunicação, especificamente na área da Publicidade e Propaganda, são comuns pesquisas de cunho qualitativo. Neste trabalho, trataremos de observar um tipo de pesquisa qualitativa e suas particularidades: a pesquisa-ação e suas relações com o objeto na publicidade, especificamente de pesquisas relacionadas ao ensino. Apesar dos avanços e multiplicidade de pesquisas na área, uma das considerações importantes diz respeito ao número reduzido de estudos que trazem a pesquisa-ação para o campo da Comunicação, seja como prática metodológica seja como fundamentação.

Dentro de um contexto histórico, a pesquisa-ação galgou expressiva presença nos estudos na área da Educação no Brasil por influência de publicações sobre essa metodologia de pesquisa provenientes da área da sociologia e psicologia, entre eles os trabalhos de Michel Thiollent. Mas múltiplos são os reveses à pesquisa participante, que aparece sob diferentes denominações. Este estudo, em particular, trata de um tipo de pesquisa de natureza participante: a pesquisa-ação. Parte do princípio que esse tipo de pesquisa não tem sido amplamente apresentado e discutido, o que dificulta o conhecimento sobre suas potencialidades, procedimentos, características e limitações. Quando o tema é tratado teoricamente, ainda há uma dificuldade no que se refere a discrepâncias conceituais e no uso dos termos observação participante, pesquisa participante e pesquisa-ação, o que procuraremos aqui elucidar.



Parte da comunidade acadêmica e científica não consideram a pesquisa-ação como um método, mas sim como um procedimento metodológico aplicável aos objetos empíricos, e questionam sua validade científica. Neste trabalho, trazemos à luz algumas dessas questões, mostramos a contextualização e validação desse método, suas características e importância para a educação e para pesquisas em comunicação. Com isso, pretendemos demonstrar que a pesquisa-ação não se opera sobre modelos, mas sobre a construção e reflexão metodológica própria.

Os apontamentos aqui propostos decorrem dos resultados iniciais da nossa tese de doutoramento, cuja qualificação ocorreu no primeiro semestre de 2024, em que usamos a pesquisa-ação como método de um experimento em sala de aula para o ensino de criação publicitária. Como parte desse trabalho, apresentamos algumas discussões teóricas e achados de pesquisas relacionadas ao objeto, visando agregar contribuições para o estudo.

A fim de atingir o objetivo proposto, este trabalho está organizado em três seções. A primeira compreende uma revisão teórica, onde discorreremos sobre as distinções entre a pesquisa participante, a observação participante e a pesquisa-ação. Na segunda, trazemos apontamentos específicos sobre pesquisa-ação, abordando sua contextualização histórica, características, fases e pressupostos para a construção de um caminho investigativo.



Na terceira unidade, procedemos com uma revisão de trabalhos e pesquisas a partir de uma busca no Banco de Teses e Dissertações da Capes com os seguintes termos: “publicidade e propaganda”, “ensino” e “pesquisa-ação”. Os resultados foram organizados em categorias e analisados a partir dos referenciais teóricos, orientando as considerações finais e o desenvolvimento de possíveis estudos.

Por fim, a partir dos achados e discussão teórica, discorreremos sobre algumas contribuições que possam orientar o desenvolvimento de pesquisas com a adoção da pesquisa-ação e o ensino de publicidade.

Pesquisa participante, observação participante ou pesquisa-ação?

De acordo com a socióloga Marcela Gajardo, não é trivial definir a pesquisa participante, pois não existe uma única maneira de definir esse tipo de pesquisa, que envolve a observação participante e a pesquisa-ação. “É necessário reconhecer que a existência de tradições de pensamento distintas e de práticas de pesquisa diversas conferem alcances e significados diferenciados às atividades que se desenvolvem sob o mesmo rótulo: pesquisa participante ou investigação participativa” (Gajardo, 1987, p.16).

Contudo, a tendência predominante na produção teórica da década de 1980 sobre o assunto é considerar a pesquisa participante como aquela baseada na interação ativa entre pesquisador e grupo pesquisado e, principalmente, na conju-



gação da investigação com os processos mais amplos de ação social e de apropriação coletiva do conhecimento, com a finalidade de transformar o povo em sujeito político, ou seja, a ação sobre a própria ação.

Quando o tema é tratado teoricamente, não é raro que o seja feito com vieses de cunho preconceituosos. Uma das problemáticas que contribuem para visões distorcidas e estereotipadas é que ainda há uma dificuldade no que se refere a diferenças conceituais e elementares no uso dos termos pesquisa participante, observação participante e pesquisa-ação, o que procuraremos aqui elucidar.

Tomando por base as definições clássicas de pesquisa participante formuladas por Eduard C. Lindeman (1924), Morris G. Schawrtz (1955), Florence Kluckholhn (1940) e Teresa Maria Frota Haguete (1997), observamos que cada autor indica um componente específico essencial da pesquisa participante. A partir das proposições desses teóricos, Peruzzo (2003) faz uma síntese das concepções conceituais, a fim de propiciar uma caracterização introdutória das estratégias de inserção do pesquisador-participante no ambiente estudado, e assim caracteriza a pesquisa participante:

1. Presença constante do observador no ambiente investigado para que ele possa “ver as coisas de dentro” (observa e participa da pesquisa).
2. O investigador compartilha de modo consistente e sistematizado das atividades do grupo ou do contexto



que está sendo estudado. Ou seja, ele se envolve nas atividades, além de compartilhar interesses e fatos.

3. Há autores que chegam a falar na necessidade de o pesquisador “assumir o papel do outro” para poder atingir “o sentido de suas ações”.

De maneira geral, as pesquisas de cunho participante, assim como outras modalidades de estudos qualitativos, se concretizam na coleta e análise de dados primários empíricos, e se ancoram na integração entre o pesquisador e o grupo estudado. Por não se valer de instrumentos mensuráveis, ela implica em menos controle por parte do pesquisador. Na verdade, essa relação vai depender basicamente da capacidade do investigador em captar, compreender, interpretar e analisar o fenômeno em questão.

A fim de estabelecer algumas diferenças, caracterizamos, a seguir, a pesquisa participante, a observação participante e a pesquisa-ação (principal objeto deste estudo) a partir de um conjunto de apontamentos feitos por Peruzzo (2003).

Pesquisa participante:

1. O pesquisador se insere, participa de todas atividades do grupo pesquisado, ou seja, ele acompanha e vive (com maior ou menor intensidade) a situação que abriga o objeto de sua investigação;
2. O investigador interage como membro da pesquisa. Além de observar, ele se envolve, assume algum papel



no grupo. Trata-se de uma opção que exige muita maturidade intelectual, acentuada capacidade de distanciamento a fim de não criar vieses de percepção e interpretação – o que não quer dizer neutralidade, e responsabilidade para com o ambiente pesquisado de modo a não interferir demasiadamente no grupo ou criar expectativas que não poderão ser satisfeitas;

3. O grupo pesquisado conhece os propósitos e intenções do investigador, e normalmente concordou previamente com a realização da pesquisa;
4. O pesquisador pode ser membro do grupo ou se inserir apenas para realizar a pesquisa;
5. O pesquisador normalmente se compromete a devolver os resultados da investigação ao grupo ou comunidade pesquisados.

A pesquisa participante na área da Comunicação tem se concretizado num tipo de investigação em que o pesquisador interage com o grupo pesquisado, acompanha as atividades relacionadas ao objeto em estudo e desempenha algum papel cooperativo no grupo. Em geral, esse acompanhamento ocorre apenas em parte à vida do grupo e/ou das ações que se relacionam diretamente com o objeto investigado.

A pesquisa participante pode se originar do interesse do investigador ou de um grupo que objetiva conhecer melhor seus processos de comunicação. Trata-se de um tipo de pesquisa próximo ao da pesquisa-ação, e distingue-se, essen-



cialmente, no que diz respeito ao processo de realização da pesquisa que, neste caso, reserva mais autonomia ao pesquisador, tendo em vista que as decisões sobre os objetivos da pesquisa e demais processos de coleta e interpretação dos dados não contam com a interferência do grupo investigado. Os resultados da investigação são devolvidos ao grupo, em geral, apenas depois da conclusão da pesquisa.

Observação participante:

1. O pesquisador se insere, participa de todas atividades do grupo pesquisado, ou seja, ele acompanha a situação concreta que abriga o objeto de sua investigação. Porém, o investigador não se confunde, ou não se deixa passar por membro do grupo. Seu papel é de observador. A exceção é em situação extrema, em que decide deixar-se passar por membro do grupo por acreditar ser a melhor forma de poder captar as reais condições e sentimentos do investigado;
2. O pesquisador é autônomo. O grupo ou qualquer elemento do ambiente não interfere na pesquisa, seja do ponto de vista da formulação dos objetivos e demais fases do projeto, seja sobre o tipo de informações registradas e interpretações dadas ao observado;
3. O observador pode ser encoberto ou revelado. O que quer dizer que o grupo pode ter ou não conhecimento de que é investigado, sendo esta uma



proposta já não muito aceita atualmente no campo científico, pois há toda uma questão ética que envolve o direito das pessoas.

Pesquisa-ação:

Na pesquisa-ação, segundo apontamentos propostos por Peruzzo (2003) e Thiollent (2009), são repetidas todas as cinco características da pesquisa participante anteriormente elencadas, com acréscimo das seguintes:

1. O grupo não apenas sabe que é investigado como conhece os objetivos da pesquisa e participa do processo de realização da mesma;
2. Implica o envolvimento do pesquisador no ambiente investigado e, também, no engajamento das pessoas deste grupo no processo da pesquisa. Elas participam da formulação do problema e dos objetivos, ajudam no levantamento dos dados e se envolvem na discussão dos resultados;
3. A pesquisa tem o propósito de contribuir para solucionar alguma dificuldade ou problema real do grupo pesquisado.

Enquanto particularidade da pesquisa-ação pode-se destacar que o pesquisador não só compartilha do ambiente investigado mas possibilita que o investigado participe do processo de realização da pesquisa e que os resultados se



revertam em benefício do próprio grupo pesquisado. A seguir, vamos conhecer um pouco mais a respeito das bases desse tipo de investigação.

Pesquisa-ação: alguns conceitos introdutórios

Compreendendo a dimensão deste tema e a dificuldade em estabelecer um conceito para esse tipo de pesquisa, tecemos algumas contribuições teóricas sobre a pesquisa-ação enquanto campo de estudos aplicado a diferentes áreas e cuja base se fundamenta na educação e no campo social.

O fundador da pesquisa-ação é o americano Kurt Lewin, mas com uma abordagem qualitativa de pesquisa tem sido objeto da reflexão de teóricos e pesquisadores de diferentes áreas, tais como: Thiollent (1983, 2009), Kluckhohn (1940), Alves (1991), Barbier (1985, 2007), Haguette (1997), Triviños (1992) e Tripp (2005).

Visando estabelecer uma diferença tácita da pesquisa-ação com outros tipos de investigação participante, recorreremos a Michel Thiollent (2009, p.15), que diz: “toda pesquisa-ação é do tipo participativo: a participação das pessoas implicadas nos problemas investigados é absolutamente necessária. No entanto, tudo o que é chamado pesquisa participante não é pesquisa-ação”.

Isso significa que é comum encontrarmos diferentes propostas investigativas que são chamadas de pesquisa participante ou de pesquisa-ação, sem as devidas distin-



ções. Ainda em termos de definição, Thiollent (2009, p. 16) nos ajuda a compreender que a pesquisa-ação se encontra no âmbito da pesquisa social, com base empírica, ao ser “concebida e realizada em estreita associação com uma ação ou com a resolução de um problema coletivo” em que estão tanto os sujeitos e pesquisadores quanto [...] os participantes representativos da situação ou do problema [...] envolvidos de modo cooperativo ou participativo” (op cit). E continua:

Para que não haja ambiguidade, uma pesquisa pode ser qualificada de pesquisa-ação quando houver realmente uma ação por parte das pessoas ou grupos implicados no problema sob observação. Além disso, é preciso que a ação seja não-trivial, o que quer dizer uma ação problemática merecendo investigação para ser elaborada e conduzida. (Thiollent, 2009, p. 17).

A partir do exposto, pelo menos duas características principais podem ser identificadas: a pesquisa-ação pretende integrar/articular a produção do conhecimento com a ação e, por conseguinte, o faz com a premissa de que esta ação produza mudança/transformação. Por isso, é realizada com os sujeitos que passam a participar de maneira ativa e não como meros espectadores passivos.

Assim, ela se torna uma construção coletiva e processual. As diversas etapas da pesquisa, até mesmo a significação/legitimação do objeto emerge durante o processo: “Ora, é somente durante o processo de pesquisa que o verdadeiro objeto (a necessidade, o pedido, os problemas) emerge, e que os participantes são capazes de aprendê-lo”, nos diz Barbier (2007, p. 54).



Para Lewin (1978, p. 216), pesquisa-ação é “um tipo de pesquisa de ação, uma pesquisa comparativa acerca das condições e resultados de diversas formas de ação social e pesquisa que leva à ação social”. Ele propôs como objetivo da pesquisa-ação, além da investigação teórica, a resolução do problema social, que influencia a investigação teórica. Thiollent (2009, p. 50) confirma esta implicação ao afirmar que o tema na pesquisa-ação “é a designação do problema prático e da área de conhecimento a serem abordados”. Ao postular que não havia nada mais prático que uma boa teoria, Lewin propunha uma vinculação estreita entre o problema teórico e o prático.

Koerich e colaboradores (2009, p. 719), numa perspectiva contemporânea, compreendem a pesquisa-ação “[...] como uma importante ferramenta metodológica capaz de aliar teoria e prática por meio de uma ação que visa à transformação de uma determinada realidade”. O objeto de estudo da pesquisa-ação são os problemas práticos que ocorrem no cotidiano. Assim, torna-se uma importante ferramenta para a realização de pesquisas que buscam produzir conhecimento com o propósito intervencionista na realidade. Esta, talvez, seja uma das principais características diferenciadoras, quando pensada pelo viés teórico-social.

Thiollent (1986, p. 15) ainda destaca que “[...] na pesquisa-ação os pesquisadores desempenham um papel ativo no equacionamento dos problemas encontrados, no acompanhamento e na avaliação das ações desencadeadas em função



dos problemas”. Assim, esse tipo de pesquisa encontra validação por aplicação prática.

Para Koerich e colaboradores (2009, p. 718), a pesquisa-ação é “[...] concebida e realizada em estreita associação com uma ação ou com a resolução de um problema coletivo na qual os pesquisadores e os participantes [...], estão envolvidos de forma cooperativa e participativa”. Portanto, não necessariamente a ação precisa ocorrer durante a pesquisa, mas é imprescindível que a pesquisa seja construída e orientada a uma ação, com a finalidade inerente de intervir em uma dada realidade.

A pesquisa-ação, ainda de acordo com Koerich e colaboradores (2009, p. 722), “[...] vai muito além de um simples levantamento de dados e/ou intervenções na prática. Para além das considerações já pontuadas, [...] agrega discussões e explicações e possibilita gerar um conhecimento descritivo e mais crítico acerca das situações vivenciadas nos espaços organizacionais e sociais”.

Tendo a coletividade como característica premente, tanto a produção como a utilização do conhecimento são envolvidos na construção de uma racionalidade científica por parte dos envolvidos, a fim de que mobilizem saberes na resolução de problemáticas educacionais (Tripp, 2005). Ou seja, o processo de resolução, do desenvolvimento do objeto de estudo e seus possíveis resultados, é tão importante quanto a operacionalização da própria pesquisa. Esses são alguns elementos norteadores para entender esse tipo



de investigação que usa a participação dos sujeitos e os resultados como principal objeto.

A pesquisa-ação consiste essencialmente em acoplar pesquisa e ação em um único processo (organizado em fases e ciclos), no qual os participantes agem de forma conjunta para chegarem interativamente a elucidar a realidade em que estão inseridos. Eles identificam problemas coletivos, buscam e experimentam soluções em situação real. Simultaneamente, há produção e uso de conhecimento (Thiollent, 2009).

Enquanto processo, a pesquisa-ação, como pode ser observado na Figura 1, é organizada em três fases (planejar, implementar e avaliar) e ocorre em um movimento cíclico de ação-reflexão-ação. Ela inicia com a fase 1 - Planejamento (com o levantamento dos dados necessários para realização de uma intervenção), seguida da 2 - Implementação (quando ações planejadas acontecem) e finaliza com a 3 - Avaliação (das ações e significação dos dados levantados).

Figura 1: Fases e ciclos da pesquisa-ação



Fonte: Elaborado pelos autores com base em Tripp (2005)

Tripp (2005, p. 446) assim explica o processo: “Planeja-se, implementa-se, descreve-se e avalia-se uma mudança



para a melhora de sua prática, aprendendo mais, no correr do processo, tanto a respeito da prática quanto da própria investigação”. Isto significa que o processo da pesquisa-ação é de autoaprendizado, mas também segue um processo de regulação: começa com a identificação do problema, o planejamento de uma solução, sua implementação, seu monitoramento e a avaliação da eficácia.

Também é importante ressaltar que o planejamento de uma pesquisa-ação é muito flexível. Contrariamente a outros tipos de pesquisa, não segue uma série de fases rigidamente ordenadas. Há sempre um vaivém entre várias preocupações a serem adaptadas em função das circunstâncias e da dinâmica interna do grupo e dos pesquisadores no relacionamento com a situação investigada.

Outros aspectos importantes a serem observados na condução de um estudo investigativo com a pesquisa-ação é que os pesquisadores não são meros observadores de algo que acontece, mas trabalham de forma conjunta, fazem acontecer e, fundamentalmente, dois objetivos coexistem: resolver um problema e contribuir com uma mudança. Nesse sentido, significa compreender que pesquisa-ação é interativa, requer a cooperação entre o pesquisador, sujeitos e demais participantes. Em um processo investigativo, além de observar as questões de pesquisa, o pesquisador-participante precisa lidar com constantes ajustes entre novas informações, novos eventos e administrar essas mudanças, com o objetivo de um entendimento holístico de um projeto de reconhecida comple-



xidade. Talvez esse seja um ponto de partida para discutir alguns reverses relacionados a esse tipo de investigação.

O ensino de publicidade e a pesquisa-ação

A fim de compreender como se desenvolvem pesquisas sobre o ensino de publicidade e a pesquisa-ação, realizamos uma coleta no Banco de Teses e Dissertações da Capes, que se deu a partir da delimitação temporal de investigações no período entre 2012 e 2021 para a busca na grande área das Ciências Sociais Aplicadas. Foram usados os seguintes termos: “publicidade”, “ensino de publicidade” e “pesquisa-ação”.

Os resultados iniciais revelaram um volume de 166.137 achados. Os trabalhos se concentram nas áreas de Comunicação e Educação, numa perspectiva crítica e discutindo aspectos relacionados à mídia, consumo e modos de produção. Em relação aos níveis de ensino, a maioria se concentrou no ensino fundamental.

A partir da aplicação dos filtros descritos anteriormente (período e área), esse número reduziu para 52 trabalhos que, após analisados, resultaram em três trabalhos relacionados à nossa investigação e classificados na Tabela 1. Os trabalhos foram analisados considerando seus objetivos, discussão teórica, protocolos e principais resultados.



Tabela 1: Teses e Dissertações: Ensino de publicidade e pesquisa-ação

Autor	Título do Trabalho	Ano	Instituição	Tipo
SOUZA, Amarinildo Osório.	Design Thinking na Publicidade: uma proposta de ensino-aprendizagem para estudantes de graduação	2018	IFAM	Dissertação
YAMAGA, Rafael.	A graduação em Publicidade e Propaganda: uma pesquisa em sala de aula sobre a educação para a comunicação	2009	USP	Dissertação
SATLER, Lara Lima.	Tramas formativas em audiovisual: a minha ação docente à luz de experiências audiovisuais coletivas	2016	UFG	Tese

Fonte: Elaborado pelos autores (2022)

Sob o título “*Design Thinking na Publicidade: uma proposta de ensino-aprendizagem para estudantes de graduação*”, o trabalho de Souza (2018) teve como objetivo geral avaliar a aplicação de *Design Thinking* (DT) no desenvolvimento de projetos publicitários, especificamente no que se relaciona a melhorias no levantamento de informações, geração de ideias e construção de soluções a partir do DT. A pesquisa se desenvolveu a partir de uma experiência de aplicação realizada com estudantes de um curso superior de Tecnologia em Produção Publicitária.

Constitui-se uma pesquisa qualitativa que adotou a pesquisa-ação como estratégia de investigação para organizar os procedimentos metodológicos por meio de três etapas (planejamento, implementação e avaliação) dispostas por Tripp (2005). Os instrumentos de coleta de dados foram



questionários, diário de campo e os projetos publicitários construídos com os alunos-participantes. Para atingir os resultados, foi realizada uma intervenção a partir de uma proposta de ensino-aprendizagem aplicada no formato de um curso de extensão, combinando atividades de estudo presencial e autônomo sobre os fundamentos, fases, valores e ferramentas do *DT*.

Organizados em equipes, os alunos-participantes, sob orientação do pesquisador-participante, desenvolveram quatro projetos publicitários por meio das três fases do *DT*: imersão, ideação e prototipação. Estes projetos foram avaliados por meio de um conjunto de critérios organizados em rubricas, o que estabelece o nível de desempenho dos alunos-participantes, dificuldades e melhorias observadas ao longo de cada fase.

A característica do trabalho de Souza (2018) é usar a pesquisa-ação como uma estratégia metodológica para a resolução de um problema de ensino, neste caso na área da Publicidade. Discorre de forma detalhada sobre as etapas de cada fase de pesquisa, as mudanças necessárias ao longo do planejamento, os registros feitos ao longo do processo e as mudanças observadas na ação do pesquisador-participante.

O trabalho de dissertação de Yamaga (2009) usa reflexões da obra de Michel Thiollent (2009) para tratamento técnico e metodológico no desenvolvimento da pesquisa. “Não adotamos o procedimento da pesquisa-



-ação propriamente dito, mas a leitura acerca da mesma expandiu nossa maneira de atuar na pesquisa de campo” (Yamaga, 2009, p. 35).

Em relação ao estudo desenvolvido, as características dos cursos de Publicidade e Propaganda na cidade de São Paulo foram observadas e analisadas por Yamaga (2009) por meio de um procedimento que envolveu etapas distintas. Buscou-se identificar a formação oferecida e se o discurso de cada universidade é, de fato, colocado em prática nas aulas. Algumas conclusões demonstram aspectos apreciados por alunos e adequados à formação de publicitários. Outras apontam para práticas de ensino em desacordo com os interesses discentes e, por vezes, com a formação exigida pelo mercado publicitário.

O último trabalho a ser analisado é a tese de autoria de Satler (2016), sob título: “*Tramas formativas em audiovisual: a minha ação docente à luz de experiências audiovisuais coletivas*”. O objetivo foi experimentar articulações entre saberes éticos e culturais com os fazeres profissionais na ação docente em audiovisual da pesquisadora. Entre os objetivos específicos, destacamos que a pesquisadora propôs refletir sobre a própria ação docente (um dos pressupostos da pesquisa-ação) e desenvolver um processo de pesquisa-ação no próprio contexto de sua atuação, investigando, agindo e refletindo ciclicamente em colaboração com os sujeitos envolvidos na pesquisa.



Em relação ao entendimento da abordagem na pesquisa, Satler (2016) considera que a pesquisa-ação se instala na tensão entre a compreensão de determinada situação e a intervenção do pesquisador e do grupo nesta situação.

“A aparente dualidade difundida como necessária por abordagens metodológicas que pensam o pesquisador num polo e o objeto (ou melhor o sujeito) no outro, sugere, numa leitura apressada, que não se pode pesquisar e intervir simultaneamente numa situação, uma vez que isso alteraria o resultado final do processo observado”. (Satler, 2016, p. 156).

Sobre a racionalidade própria da pesquisa-ação, Satler (2016), citando Le Boterf (1985), encontra argumentos que demonstram que a interação entre a pesquisa e a ação é permanente e dialética, pois por meio da pesquisa se produzem conhecimentos para a prática social na qual está inclusa a prática política, desse modo, “a pesquisa-ação é uma práxis, isto é, ela realiza a unidade dialética entre a teoria e a prática” (Satler, 2016, p. 72).

Por isso, a pesquisadora relata que encontrou no método da pesquisa-ação uma pista para articular conteúdos técnicos e profissionais com saberes éticos e culturais. Isto é, a articulação se tornou realizável quando construída com os sujeitos envolvidos na pesquisa. “Mas não apenas isso: quando construída com os/as estudantes e eu em um contexto de grupo, o que me exigiu o aprender a estudar e a realizar junto, negociando minhas proposições com as deles/as” (Satler, 2016, p. 177).



Como resultado, Satler (2016) observa que sua ação docente é marcada por vivências de gênero que a inquietaram a pensar a formação audiovisual no Ensino Superior em Publicidade. Isso aconteceu por meio da articulação de uma ética da cooperação ao cotidiano dos/as estudantes de modo a estimular saberes advindos da experiência vivida, da percepção e da experimentação de linguagens, formatos e produção de sentidos audiovisuais. Isso a levou a “refletir sobre minha ação docente em audiovisual, buscando aportes teórico-metodológicos para compreender meu ofício de professora, seus alcances e limites. Realizar uma pesquisa-ação no meu contexto de atuação, investigando, agindo e refletindo ciclicamente em colaboração com os sujeitos envolvidos” (Satler, 2016, p. 232).

Considerações finais

Neste trabalho, observamos um tipo de pesquisa qualitativa e seus tensionamentos enquanto método investigativo: a pesquisa-ação e suas relações com o objeto na publicidade, especificamente de pesquisas relacionadas ao ensino. Para tanto, foi realizada uma revisão de literatura a partir do banco de Teses e Dissertações da Capes, apontando que os estudos sobre os termos buscados ainda são incipientes.

Ainda que tenham sido localizados poucos trabalhos, a análise revelou características específicas de abordagem da pesquisa-ação em três trabalhos analisados: um estuda as relações do ensino com seus sujeitos e espaços (alunos



e universidade) a partir da observação da própria sala de aula, em um percurso que considera a pesquisa-ação como tratamento técnico e metodológico na pesquisa em campo (Yamaga, 2009); os outros dois trabalhos detalharam o processo da adoção da pesquisa-ação ao longo do processo investigativo (com fases, protocolos e resultados) e tratavam de experiências realizadas no contexto ensino superior em publicidade, considerando o espaço da sala de aula: Souza (2018) e Satler (2016).

Apesar das múltiplas definições sobre a pesquisa participante, observamos que a pesquisa-ação é um tipo de pesquisa de difícil compreensão pois se desenvolveu a partir de familiaridade com outras abordagens investigativas de natureza qualitativa. Em nossas reflexões, trazemos à luz algumas dessas questões, mostramos a contextualização e validação desse método, suas características e importância para o desenvolvimento de pesquisas não somente no ensino de Publicidade, mas na Comunicação. Com isso, pretendemos demonstrar que a pesquisa-ação não se opera sobre modelos, mas sobre a construção e reflexão metodológica própria, cujos participantes e o próprio percurso investigativo são protagonistas.

Referências

ALVES, A. J. O planejamento de pesquisas qualitativas em educação. **CADERNOS DE PESQUISA**, São Paulo, n. 77, p. 53-61, maio, 1991.

BARBIER, R. **A pesquisa-ação na instituição educativa**. Rio de Janeiro: J. Zahar, 1985.



_____. **A pesquisa-ação**. Brasília: Liber Livro, 2007.

GAJARDO, Marcela. Pesquisa participante: propostas e projetos. In: BRANDÃO, Carlos Rodrigues (Org.) **Repensando a pesquisa participante**. 3ª. ed. São Paulo: Brasiliense, 1987. p.15-50.

HAGUETTE, T. M. F. **Metodologias qualitativas na sociologia**. 5ª ed. Petrópolis: Vozes, 1997.

KLUCKHOHN, F. **The participant**: observer technique in small communities. In: *American Journal of Sociology*, 46, 1940.

KOERICH, Magda Santos; BACKES, Dirce Stein; SOUSA, Francisca Georgina Macêdo de; ERDMANN, Alacoque Lorenzini; ALBURQUERQUE, Gelson Luiz. Pesquisa-ação: ferramenta metodológica para a pesquisa qualitativa. **Rev. Eletr. Enf. [Internet]**. v. 11, n. 3, p. 717-72 2009. Disponível em: <https://revistas.ufg.br/fen/article/view/47234>. Acesso em: 18 jun. 2022.

LE BOTERF, G. Pesquisa participante: propostas e reflexões metodológicas. In: BRANDÃO, Carlos R. (Org.). **Repensando a pesquisa participante**. São Paulo: Brasiliense, 1985, p.51-81.

LEWIN, K. Problemas de dinâmica de grupo. São Paulo: Cultrix, 1978.

LINDEMAN, E.C. **Social Discovery**: an approach to the study of functional groups. N. York: Republic Publishing Co., 1924.

PERUZZO, Cicilia M. K. DA OBSERVAÇÃO PARTICIPANTE À PESQUISA-AÇÃO EM COMUNICAÇÃO: pressupostos epistemológicos e metodológicos. In: **Anais do XXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Belo Horizonte** - MG: INTERCOM, 2003. Disponível em: http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2003/www/pdf/2003_coloquio_peruzzo.pdf. Acesso em: 14 out. 2023.

SATLER, Lara. **Tramas formativas em audiovisual: A minha ação docente à luz de experiências audiovisuais coletivas**. Tese (Doutorado). Universidade Federal de Goiás – Faculdade de Artes Visuais, Goiás, 2016, 268f.

SCHWARTZ, Morris S. & SCHWARTZ, Charlotte Green. **Problems in participant observation**. In: *American Journal of Sociology*, 60, 1955.

SOUZA, Amarinildo. **Design Thinking na Publicidade: uma proposta de ensino-aprendizagem para estudantes de graduação**. Dissertação (Mestrado). Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Amazonas, Manaus, 2018, 220f.



THIOLLENT, Michel. Problemas de metodologias de pesquisa-ação. In: MELO, José Marques de (Org.) **Teoria e pesquisa em comunicação**: Panorama latino-americano. São Paulo: Cortez/Intercom, 1986. p.130-138.

THIOLLENT, Michel. **Metodologia da pesquisa-ação**. 12ª ed. São Paulo: Cortez, 2009.

TRIPP, D. Pesquisa-ação: uma introdução metodológica. **Educação e pesquisa**, São Paulo. v. 31, n.3, p. 443-466, set./ dez. 2005.

TRIVIÑOS, A. N. S. **Introdução à pesquisa em ciências sociais**: a pesquisa qualitativa em educação. São Paulo: Atlas, 1992.

YAMAGA, Rafael. **A Graduação em Publicidade e Propaganda: Uma pesquisa em sala de aula sobre a educação para a comunicação**. Dissertação (Mestrado). Universidade de São Paulo – Escola de Comunicação e Artes, São Paulo, 2009, 298f.



A ANÁLISE DISCURSIVA DO VIVO NO TELEJORNALISMO: UM OLHAR SOBRE AS ARTICULAÇÕES ACTANCIAIS, ESPACIAIS E TEMPORAIS

**Vanessa Cristina Backes
Aline Roes Dalmolin**

É da natureza do telejornalismo, bem como do próprio jornalismo de uma maneira geral, adaptar sua linguagem ao contexto tecnológico, histórico, social, cultural e mercadológico no qual está inserido. Nesse sentido, ao longo de mais de sete décadas, acompanhamos as transformações na linguagem do telejornalismo brasileiro, em um primeiro momento tão alicerçada em modelos radiofônicos com predomínio da oralidade em detrimento das visualidades; passando pela consolidação de uma linguagem própria, com fases de estruturação tecnológica que permitiram a criação de modelos de realização de conteúdos televisuais em alto padrão e; atualmente, descobrindo novas possibilidades linguísticas proporcionadas pela digitalização dos processos e a convergência das mídias.

Os desafios midiáticos atuais são provenientes da transição de um ambiente, no qual as fronteiras entre os meios eram bem definidas, para outro, onde os conceitos estabilizados por décadas se dissiparam pela chegada da Internet, dos



dispositivos móveis e das mídias digitais (Canavilhas 2015). A ambiência na qual se encontra o telejornalismo exige novas maneiras de produzir, apresentar e distribuir a informação, afetando toda sua cadeia produtiva. Diante de uma audiência dispersa, atraída pelo consumo de conteúdos informativos em outras mídias digitais, o telejornalismo tem o desafio de manter-se relevante, ao mesmo tempo em que as empresas de comunicação enxugam seus orçamentos, estruturando novas maneiras de sustentar o negócio na atual lógica de mercado.

Como parte deste movimento amplo de adaptações do telejornalismo, a linguagem dos telejornais têm aderido cada vez mais a características das mídias emergentes. Becker (2016) aponta duas principais estratégias de enunciação dos telejornais no ambiente midiático contemporâneo, sendo elas o estabelecimento de constante interação com a audiência em redes sociais e o aproveitamento de conteúdos colaborativos. Além disso, a crescente estruturação de telejornais através da predominante realização de vivos, principalmente nos regionais, matinais e populares, torna esta prática a pragmática desses programas, engendrando uma rotina de trabalho baseada na instantânea produção e transmissão de notícias, simplificando processos de produção e edição, garantindo sustentabilidade aos telejornais no que tange ao volume de notícias produzidas, capaz de manter tais programas no ar, diariamente, com menores custos (Backes, 2024). Podemos citar como exemplo deste tipo de utilização sistemática, telejornais como o Bom Dia Rio Grande da RBS TV, além de



telejornais matinais das emissoras filiadas da Rede Globo, os chamados “Bom Dia Estado”¹.

Porém, essa ascendente adesão às entradas ao vivo² traz reflexos na linguagem telejornalística, impregnando-a de características próprias desse modo de narrar os acontecimentos do mundo. Preocupando-se com esse aspecto, este artigo problematiza elementos específicos da linguagem das entradas ao vivo e suas relações com o ambiente midiático digitalizado e convergente, de modo a contribuir metodologicamente para pesquisas que tenham o vivo no telejornalismo enquanto tema.

Sob uma perspectiva tecnológica, a viabilidade da realização do vivo está condicionada ao desenvolvimento de equipamentos capazes de captar, transmitir e receber conteúdos audiovisuais em tempo real. Inicialmente, isso se dava com o uso de pesados equipamentos, ligação de microondas e conexões via satélite. Desde os anos 2015, o suporte material que formata e configura o vivo no telejornalismo é o digital, com adesão à Internet e aos *modems* de transmissão de sinal digital audiovisual, utilizando redes 4G e 5G para envio direto de imagens e sons às emissoras de televisão. Essa tecnologia

¹ Estes telejornais foram objeto empírico da pesquisa de doutorado da autora, mais especificamente os telejornais Bom Dia São Paulo, Bom Dia Rio, Bom Dia Minas, Bom Dia Distrito Federal e Bom Dia Pernambuco (Backes, 2024). Na tese, aplicamos o protocolo metodológico exposto neste capítulo.

² Enquanto sinônimos, para evitar repetições exaustivas ao longo deste texto, usaremos também o termo “entrada ao vivo” para referir-nos ao mesmo tipo de texto televisual.



expande o domínio espacial do telejornalismo no mundo, ao mesmo tempo em que reforça a invisibilidade de regiões desprovidas de sinal de telecomunicação. Além do mais, com este recurso tecnológico, qualquer história pode ser contada ao vivo, massificando o uso dessa conformação de notícia.

Cabe esclarecer que entendemos o vivo enquanto um modelo de notícia inserido no telejornal, constituindo-se da participação do repórter enunciando informações, com captação de imagem e som simultânea à transmissão, diretamente no local de onde a enunciação é realizada, na externalidade do estúdio, podendo coincidir com o lugar no qual o acontecimento se desenvolve (Backes, 2024). Assim, consideramos o vivo no telejornalismo enquanto um texto televisual, através do aparato teórico da Semiótica Discursiva, conforme o entendimento de pesquisadores que estenderam o conceito de texto aos produtos televisuais, tais como Duarte (2007, 2022), Duarte e Castro (2014), Duarte e Curvello (2008), Jost (2004, 2007), Fachine (2008a, 2008b), entre tantos outros. O presente capítulo propõe reflexões sobre o estudo do vivo no telejornalismo, considerando-o enquanto fruto da relação de interdependência contraída entre seus dois planos, expressão e conteúdo. Além disso, através do estabelecimento de níveis de pertinência, compreende-se que o vivo constitui-se a partir da articulação de três dispositivos discursivos principais, sendo eles a actorialização, a espacialização e a temporalização (Greimas; Courtés, 2016), articulação tal que diferencia esta de outras conformações de notícias no telejornalismo.



A construção de um protocolo teórico-metodológico para a análise do vivo no telejornalismo pretende traçar um caminho de reflexão sobre esse modelo de notícia em ascendência na contemporaneidade no Brasil. As possibilidades de articulação de diferentes atores, tempos e espaços nas entradas ao vivo, executadas a partir do uso das tecnologias digitais, diversificam seus modos de realização, atendendo aos valores predominantes no ecossistema midiático, tais como a interatividade, a instantaneidade, a pessoalidade, a autenticidade, entre outros. Reconhece-se a importância da análise do vivo para a documentação de um fazer jornalístico inserido em seu tempo sociocultural, como parte de um processo de compreensão do modo de funcionamento da televisão e do telejornalismo, de sua engrenagem, na qual operam tecnologias, modos de produção, pessoas e diferentes interesses (Backes, 2024).

Articulações Actanciais: apresentadores, repórteres, entrevistados e telespectadores

Em Semiótica Discursiva, o dispositivo discursivo de actorialização pressupõe a instituição de atores no discurso, ou seja, a convocação de diferentes sujeitos, dotados de identidade e funções, para compor a narrativa (Greimas e Courtés, 2016, p.22). No telejornalismo, há um verdadeiro jogo de atores/enunciadores, representados pelos apresentadores, repórteres, comentaristas, correspondentes internacionais, acionados na estruturação das narrativas. Ao mesmo tempo em que tais atores dão credibilidade aos fatos



e crédito à emissora, recebem a projeção compatível com a importância e o alcance da exposição, confundindo-se com a fala da emissora e com os valores que ela busca consolidar (Castro, 2012, p.298).

No vivo articulam-se, predominantemente, quatro posições actanciais principais, sendo elas a dos apresentadores, repórteres, entrevistados e telespectadores. Em casos específicos, pode-se recorrer à posição de comentaristas especializados. Porém, de maneira geral, duas posições actanciais são constitutivas e imprescindíveis às entradas ao vivo: a dos apresentadores e a dos repórteres. Sem esses dois sujeitos do discurso, a conformação da notícia não pode ser considerada um vivo. Já os entrevistados são atores de possível existência, porém de ocorrência variável. E, por fim, os telespectadores são figurativizados através da ação das três posições actanciais já citadas, podendo ser apreendidos em sua projeção, mais ou menos explícita.

O telejornal, enquanto um macroenunciado, tem no apresentador seu actante principal (Fechine, 2008b). É ele o fio condutor do programa, delegando voz a outros actantes, como os repórteres. Ao longo da edição, a intercambialidade nas convocações de diferentes vozes faz do apresentador um macronarrador, que se instaura como narrador principal no enunciado englobante, delegando voz aos outros narradores secundários no nível englobado, os repórteres (Fechine, 2008b).

Apesar de recair a todos os apresentadores, a atribuição da macronarração é feita por cada um à sua maneira, a partir



do simulacro que criam de si mesmos - um *ethos* próprio, descrito por Fachine (2008b) como a construção da imagem e da credibilidade do orador. É no texto televisual que encontra-se a enunciação desse *ethos*, já que autor e leitor reais não pertencem ao universo textual.

Fachine (2008b) tipifica quatro *ethos* principais dos apresentadores de telejornais, a partir dos quais é possível identificar predominâncias, gradações e oscilações. São eles: (1) apresentador impessoal, distante; (2) apresentador cúmplice, próximo; (3) apresentador crítico, não cúmplice; e (4) apresentador comprometido, não impessoal. Enquanto o apresentador impessoal pode ser reconhecido pela formalidade, contenção e obediência ao *script*, sem improvisações ou expressão de emoções, o apresentador cúmplice apela para a afetividade e passionalidade do telespectador, expressando sentimentos como comoção ou indignação. No pólo oposto ao apresentador impessoal, encontra-se o apresentador comprometido, aquele que demonstra maior proximidade com o telespectador por meio de comentários simpáticos de natureza pessoal, construindo a si mesmo a imagem de um ser humano comum tal qual seus telespectadores. E no pólo oposto ao apresentador cúmplice está o apresentador crítico que expõe suas posições e sentimentos através de comentários, expressões e entonações discretamente irônicos, céticos ou humorados, com a certeza de que suas sutis intervenções serão bem compreendidas pelos telespectadores (Fachine, 2008b, p.74-75).



Seja qual for a caracterização assumida de si mesmo, o apresentador poderá recorrer a certos rituais para construí-la. Duarte (2022, p.206) aponta algumas possibilidades como a insistência em determinados comportamentos, atitudes e gestos, jeitos e trejeitos; a utilização de certos bordões e figuras de linguagem; o uso de determinado estilo e figurino; o emprego de uma combinatória tonal que se cole a sua pessoa. Para a autora, esses procedimentos contribuem na construção de uma identidade social que dota o ator discursivo de competência para operar, simultaneamente, como apresentador/mediador/condutor da emissão, capacitando-o a expressar os valores e a combinatória tonal que identificam o programa.

A análise da cenografia de informação³ (Saraiva; Fernandes; Azevedo, 2009) pode revelar mais sobre aquilo que se espera da performance dos apresentadores de telejornal, através da recorrência a elementos que buscam imprimir sentidos de maior dinamismo, fluidez, transparência e coloquialidade aos programas, modificando gradativamente - ou abandonando completamente - elementos cenográficos tradicionais e formais, tais como a bancada, os tapumes, a posição sentada do apresentador. Na atualidade, de maneira geral, adotam-se cenários mais fluidos, com paisagens de cidades ao fundo, reveladas através de paredes de vidro,

³ Saraiva, Fernandes e Azevedo (2009) definem cenografia da informação enquanto um conjunto de dispositivos reunidos para criar um cenário para a transmissão dos noticiários em televisão. Além do cenário físico, fazem parte da cenografia da informação os dispositivos audiovisuais e grafismos e a cenografia virtual.



ou cenários compostos por telas de diversos tamanhos, em um sentido de conexão permanente com o que acontece no mundo “lá fora”.

Dessa maneira, a movimentação de apresentadores nos cenários - ora sentados, ora em pé, ora caminhando de um lado para outro - tornou-se comum em programas de diferentes horários e perfis editoriais. Além disso, a instalação de telas, que chegam a ter o mesmo tamanho das paredes dos estúdios, formadas pela combinação de muitos monitores, permite que os apresentadores conversem com repórteres ou veiculem imagens e gráficos em dimensões maiores que a deles próprios. Esses recursos tornam a ação dos apresentadores mais dinâmica, podendo ser usados de forma estratégica pelos telejornais.

No jogo de delegação de vozes, o apresentador convoca o repórter a narrar os acontecimentos no momento e local de sua transmissão, na externalidade do estúdio. Assim, os repórteres têm indispensável função actancial no vivo, relatando acontecimentos, atestando sua veracidade e interpretando seus reflexos para o telespectador. De maneira parecida ao que ocorre com os apresentadores, a performance de cada um dos repórteres nas entradas ao vivo varia de acordo com o simulacro que constroem de si e com as características contextuais em que o enunciado é realizado.

Atualmente, é possível identificar repórteres com narrativas mais dramáticas, íntimas e personificadas e repórteres que assumem o papel de jornalista/cidadão, descrito



por Gutman, Vilas Bôas e Gomes (2019, p.83-86) como um sujeito social que se implica nos relatos dos cidadãos e faz do seu corpo lugar de personificação da notícia. Outros profissionais operam posturas mais sóbrias, compatíveis com as adotadas no jornalismo da metade do século XX, calcadas em princípios como a objetividade, a vigilância e a imparcialidade como atributos centrais de credibilidade.

Independente do tom adotado pelo repórter na enunciação do vivo, os pesquisadores consideram que “seu relato o posiciona como alguém que, além de cumprir uma função testemunhal, partilha, assumidamente, um relato sobre o que afeta a si enquanto sujeito” (Gutman; Vilas Bôas; Gomes, 2019, p. 89). Para que haja reconhecimento por parte do espectador, este é convocado a assumir uma posição de partilha – consentimento, cooperação, conivência de adesão tácita ao que vive o repórter no ato de sua enunciação –, sendo alçado ao espaço-tempo do acontecimento pela identificação com essa *persona* (Gutman; Vilas Bôas; Gomes, 2019, p. 86). Assim, o telespectador vivencia a ação, juntamente com o repórter, no suposto instante de seu desenvolvimento.

As tecnologias digitais de captação e transmissão de sinal audiovisual, através da Internet e de *modems* portáteis de transmissão digital, facilitam a realização de entradas ao vivo nos telejornais, tornando, como já mencionado, esse formato de notícia estruturante em alguns telejornais brasileiros. Aos repórteres, a necessidade de realização de recorrentes entradas ao vivo indicam aspectos desejáveis a esses profis-



sionais na atual praxe telejornalística. Assim, em análises empreendidas sobre essa temática, cabe observar se as narrativas aproximam-se ou distanciam-se do formato tradicional do modelo *hard news*, com textos curtos, formais e objetivos. Ou, se as entradas ao vivo dos repórteres ocorrem através de narrativas longas e reiteradas, onde há espaço para descrições, relatos pessoais, impressões subjetivas em linguagem coloquial, construindo um texto mais emocional, passível de ser apreendido imediatamente. Dessa forma, é possível identificar se determinado telejornal almeja e depende de que seus repórteres tenham maior ou menor capacidade retórica, sendo habilitados ou não ao improviso, ou demonstrando-se mais ou menos espontâneos ao vivo.

Ainda no que diz respeito às recentes tecnologias incorporadas à prática telejornalística, há de se atentar às alterações de linguagem decorrentes da popularização da atividade de videorepórter, profissional responsável pela realização de entradas ao vivo através da autocaptação de imagem, assumindo o papel de único articulador da narrativa, utilizando câmera frontal de dispositivos móveis, como *smartphones* e *tablets*, para capturar imagens e sons, cuja qualidade é dependente do equipamento utilizado e da disponibilidade de sinal de transmissão via Internet. Nesse tipo de vivo, a utilização do *smartphone* pode ser realizada com auxílio de um tripé ou de estabilizadores de imagem, dispensando a atividade de um cinegrafista. Essa modalidade de vivo eleva o trabalho jornalístico à condição multitarefa e polivalente, exigindo do profissional habilidades e competências adaptadas às demandas do formato.



A prática está intimamente relacionada às tendências contemporâneas de agregar elementos de autoexibição, personalidade e testemunho às narrativas jornalísticas. Além disso, este tipo de entrada ao vivo representa uma ressignificação do papel do videorrepórter, conferindo-lhe novos contornos em uma era marcada pela digitalização e miniaturização das tecnologias, e pela massificação de seus usos nos telejornais, impulsionada, principalmente, pela pandemia de Covid-19, quando a maior parte das equipes viu-se diante da necessidade de aprender seus usos. O resultado dessa articulação actancial geralmente se relaciona a um protagonismo do repórter na enunciação, podendo se sobrepor ao próprio acontecimento, em uma estética dinâmica, porém amadora em relação a padrões de qualidade audiovisual estabelecidos no telejornalismo brasileiro.

Já o entrevistado é um actante constituído enquanto fonte de informação, um sujeito do discurso, dotado de identidade e funções. Cabe ressaltar que todo entrevistado é uma fonte de informação, mas nem sempre uma fonte de informação será um entrevistado. Enquanto procedimento de realização, em dado momento, o repórter delega voz ao entrevistado para que ele contribua, com o seu relato, na construção da notícia. Como fonte de informação a qual a voz é delegada, o entrevistado pode ser categorizado da mesma maneira que o são as fontes.

Lage (2006) classifica as fontes com base em três categorias distintas. A primeira, relacionada à autoridade da fonte sobre determinado tema, distingue fontes oficiais, mantidas



pelo Estado, empresas e organizações autorizadas a falar em seu nome, das oficiosas, ligadas a entidades ou indivíduos mas não autorizadas a falar em nome deles, e as independentes, desvinculadas de uma relação de poder ou interesse específico. Na segunda categoria, referente ao nível de participação e influência das fontes sobre a constituição da notícia, o pesquisador elenca as fontes primárias, aquelas em que o jornalista se baseia para colher o essencial de uma matéria, e as secundárias, mais contextuais.

Já na terceira categoria, sobre a relação que estabelecem com o tema em questão, diferenciam-se as fontes testemunhais, afetadas pelas emoções e pela perspectiva, que fazem parte ou vivenciaram em algum nível o fato/evento relatado, e os *experts*, que fornecem interpretações dos eventos e são acionados para organizar, dar sentido, ou explicar determinadas ocorrências (Lage, 2006). A seleção das fontes depende da posição por elas ocupada nesses domínios e de sua relação com os acontecimentos: (a) se tem notoriedade na atividade que desenvolvem; (b) se são testemunhas dos fatos; (c) se são plurais; (d) se fazem parte de um organismo especializado; entre outros aspectos (Charaudeau, 2013).

Especificamente no vivo, há de se observar a disponibilidade da fonte em estar presente no momento da transmissão. No telejornalismo matinal, por exemplo, essa é uma condição ainda mais desafiadora, haja vista o horário de veiculação desses programas, que exige uma adaptação especial na rotina de boa parte das fontes. Dessa forma, entrevistados que



se ajustam aos procedimentos de produção, apresentam alta capacidade retórica, expressam-se em linguagem clara e de fácil compreensão pelo grande público, tornam-se preferenciais pela instância produtiva. A dependência a essas características pode trazer distorções ao acesso de diferentes fontes à mídia, como lembra Gonçalves (2014, p.63), tornando mais conveniente aos repórteres a utilização de fontes mais facilmente adaptáveis desde que sejam suficientemente credíveis.

A veiculação de entradas ao vivo sobre acontecimentos em curso no momento da transmissão favorece a delegação de voz a fontes testemunhais. Como lembra Jost (2007), uma regra implícita do telejornal ordena a recorrência aos testemunhos de *experts* ou de atores do real para que a narrativa não pareça claramente guiada pelo ponto de vista do jornalista. Para o autor, a entrevista reforça o que é mostrado pela imagem, preenchendo a lacuna prevista pela argumentação do comentário (Jost, 2007, p.104).

Independentemente da função desempenhada pelo entrevistado no vivo, há algo que diferencia a participação desse actante: a impossibilidade de edição prévia de seu relato. Por mais que a instância de produção realize orientações prévias, somente no momento da emissão a narrativa se conforma. A expectativa pelo imprevisível permeia esse tipo de notícia já que qualquer erro ou fato surpreendente será testemunhado pela audiência e precisará ser contornado pelos actantes no momento da enunciação.



Há de se considerar, ainda, a posição actancial pressuposta dos telespectadores no vivo, em discursos classificados enquanto enunciações enunciadas, quando há “o desmascaramento dos mecanismos e da situação de mediação e uma deliberada explicitação dos sujeitos enunciador e enunciatário” (Fechine, 2008b, p.53). Fazem parte desse grupo todos os programas televisuais em que o apresentador - um enunciador ou “eu” instalado no discurso, dirige-se diretamente ao telespectador, seja através do olhar ou de uma interpelação verbal, reconhecendo sua existência e a situação da interlocução.

O que Charaudeau (2013) denomina enquanto um terceiro ausente, no caso, o telespectador, no vivo e no telejornalismo, faz-se cada vez mais presente através da coprodução ou colaboração (Satuf, 2014; Siqueira, 2018). Através das redes sociais conectadas à Internet, a possibilidade de *feedbacks* entre as mídias é maior. Os telespectadores mandam mensagens, sugerem pautas, denunciam irregularidades, produzem conteúdos, compartilham suas opiniões em tempo real e tem sua existência reconhecida através da veiculação dessas produções, seja em entradas ao vivo ou em outros momentos da edição do telejornal.

Em entradas ao vivo com entrevistas de *experts*, por exemplo, a interação com os telespectadores através de redes sociais, convocando-os ao papel de coprodutores da entrevista, é estratégica. Em muitos destes casos, apresentadores e repórteres convidam os telespectadores a enviarem perguntas a serem feitas ao entrevistado. Durante as entradas ao vivo,



essas mensagens são priorizadas em relação às perguntas dos próprios repórteres, evidenciando o desejo de atender às expectativas da audiência em ter suas contribuições veiculadas, fortalecendo o vínculo entre o telejornal e seu público e legitimando o programa. Em outros casos, a colaboração serve como fonte de informação, motivando a apuração e cobertura jornalística de determinados acontecimentos (Backes; Pavanello, 2022).

Em resumo, em sua articulação discursiva actorial, o vivo constitui-se da participação do(s) apresentador(es) convocando o repórter a agir, enunciando as informações sobre o acontecimento. O repórter, por sua vez, pode convocar entrevistados a falar, testemunhas ou especialistas, e até mesmo os telespectadores, através da colaboração. Dessa maneira, o vivo articula-se textualmente através da alternância dos sujeitos da fala, compartilhando, em certa medida, o poder da enunciação, mantendo como referência os profissionais da instância produtiva, apresentador e repórter.

Articulações Espaciais: espaços interno e externo

O dispositivo discursivo de espacialização comporta procedimentos de localização espacial efetuados pelo enunciador para “projetar fora de si e aplicar no discurso enunciado uma organização espacial mais ou menos autônoma, que serve de quadro para a inscrição dos programas narrativos e de seus encadeamentos” (Greimas; Courtés, 2016, p.176-177). Trata-se de construir um sistema de referências que permita situar espacialmente, uns com relação aos outros, os



diferentes programas narrativos do discurso. Em relação às narrativas dos telejornais, a entrada ao vivo opera com dois tipos de espaços: o interno, de estúdio, espaço de referência a partir do qual se estrutura a narrativa; e o externo, locais próprios dos acontecimentos ou ambientes do mundo real/natural de onde a enunciação é realizada.

O espaço interno constitui-se do ambiente do estúdio do telejornal, no qual os apresentadores conduzem o programa. De modo geral, esse ambiente conta com uma bancada ou mesa de apoio, telas de diferentes tamanhos, poltronas para entrevistas, entre outros recursos. Como já mencionamos, há estúdios com fundos “vazados”, próprias janelas para o mundo, com vidros que revelam parte da cidade da qual o programa é ancorado. Existem, ainda, aqueles que permitem visualizar, em plano mais abaixo ou ao fundo, a redação de jornalismo, com mesas de trabalho e profissionais operando computadores, caminhando de um lado para outro, demonstrando um esforço contínuo na apuração das informações para o telespectador, em uma estratégia autopromocional (Castro, 2012; Duarte, 2022).

Cabe pontuar que, nas transformações na cenografia de informação, os cenários aderem à instalação de telas horizontais e verticais, de diversos tamanhos, estabelecendo uma relação com o processo de convergência midiática, utilizando esses recursos para interação entre apresentadores e repórteres, compartilhando poder na emissão. Através dessas telas, o apresentador estabelece uma comunicação com o



repórter suprimindo as distâncias, em uma interação que se dá como se ambos dividissem o mesmo espaço, incorporando a externalidade à internalidade do programa.

Já sobre os espaços externos, locais onde, por natureza, os vivos se desenvolvem, eles podem ou não corresponder aos próprios locais dos acontecimentos, no mundo real/natural. Cabe ressaltar que a promessa de autenticidade da televisão é mais facilmente alcançável quando o relato do repórter ocorre a partir do local do fato, dando ao telespectador a impressão de testemunhar o mundo (Jost, 2004). Mas, pode-se facilmente identificar situações em que o repórter não está no local onde se passam os fatos narrados. São ambientes neutros, sem valor informativo aparente.

Fechine (2008a) afirma que, diante da reconhecida impossibilidade de manter equipes de reportagem em todos os lugares ao mesmo tempo, o primeiro desafio de todo o telejornal é o de mascarar a sua própria ausência onde as ocorrências se dão. Dessa maneira, faz-se importante analisar se o local onde o repórter está ambientado, no vivo, contribui informativamente para a enunciação. Em telejornais nos quais as mesmas equipes de reportagem fazem entradas ao vivo reiteradas, ou sobre diferentes acontecimentos em uma mesma edição, é comum identificar um apagamento estratégico das informações de espacialização por elas serem irrelevantes ao enunciado.

Por fim, na externalidade do estúdio, há, ainda, o acionamento de um espaço específico, podendo ser considerado um



espaço intermediário, o dos ambientes nos quais as notícias são produzidas, como as redações, ou aqueles que revelam rotinas do fazer telejornalístico, como a parte interna dos veículos que transportam as equipes de reportagem para os diferentes pontos da cidade. Nesses casos, as entradas ao vivo consistem em uma estratégia autorreferencial, buscando agregar credibilidade e legitimidade ao próprio telejornalismo, ao mostrar ambientes que revelam seu próprio fazer (Duarte, 2022).

A articulação desses ambientes externos ao estúdio, mas que fazem referência ao próprio fazer telejornalístico, contribui para a construção de uma mensagem institucional da televisão que busca legitimidade e autenticidade, constituindo uma forma de autopromoção que visa transmitir um sentido de transparência, destacando atributos distintivos do programa, bem como a competência de sua equipe e de seu fazer. Essa estratégia discursiva requer preparação técnica específica, com a instalação de câmeras que captem as entradas ao vivo em deslocamento de dentro de veículos da reportagem, ou a transformação das redações de telejornalismo em cenários.

Sob a perspectiva tecnológica, é preciso pontuar que a adesão aos *modems* portáteis de transmissão digital pelo telejornalismo ampliou a capacidade de apreensão espacial e, portanto, a área de atuação dos telejornais no mundo, principalmente nas regiões urbanas que contam com boa cobertura de sinal de Internet. Porém, a dependência ao sinal 3G e 4G reforça as desigualdades de acesso a coberturas midiáticas em regiões desprovidas de sinal de telecomunicação, das



quais não é possível realizar entradas ao vivo, normalmente, as mesmas que enfrentam a maior dificuldade de acesso a direitos em todas as esferas sociais.

Em síntese, espacialmente, no vivo, os sujeitos do discurso distribuem-se nos espaços internos e externos, demonstrando fluidez na transição de um espaço a outro, utilizando-se de telas conectando os mundos televisual e extratelevisual, para o estabelecimento de uma interação que não pareça pré-fabricada, mas que seja mais próxima à espontaneidade do cotidiano do telespectador.

Articulações Temporais: tempo real e tempo atual

O dispositivo discursivo de temporalização é responsável por ancorar temporalmente a narrativa, produzindo o efeito de sentido “temporalidade”, transformando, assim, uma organização narrativa em “história” (Greimas; Courtés, 2016, p.497). Esse dispositivo opera com subcomponentes que realizam a conversão das estruturas narrativas em estruturas discursivas, colocando em jogo categorias de anterioridade, posterioridade, concomitância, resultando no estabelecimento de uma cronologia na organização narrativa, estabelecendo sistemas de referências que permitem situar temporalmente diferentes programas narrativos, uns com relação aos outros - se concomitantes ou não concomitantes, anteriores ou posteriores ao tempo agora (Greimas; Courtés, 2016).



O presente, o aqui e o agora dos apresentadores funciona como tempo referência, ou seja, representa a localização temporal do texto telejornal. O enunciado ao vivo da apresentação imprime sentido de atualidade, mesmo que muitos dos acontecimentos noticiados tenham ocorrido no tempo passado. Ao longo do programa, ocorrem diversos deslocamentos temporais, apresentados de forma intercalada, articulando o presente do enunciado com o anterior, posterior, concomitante das notícias (Duarte, 2022; Fachine, 2008a).

No caso específico do vivo, Fachine (2008a) descreve duas articulações temporais possíveis, sendo elas, o tempo real e o tempo atual. De acordo com a pesquisadora, no tempo real, pode-se observar uma concomitância temporal entre todas as instâncias: apresentador, repórter e o próprio conteúdo enunciado posicionando-se explicitamente no mesmo agora da enunciação, mesmo presente da transmissão do telejornal. Essa configuração se dá através do presente compartilhado do tempo real, pela imposição do enunciador de uma duração “recortada diretamente do mundo” no próprio discurso televisual (Fachine, 2008a, p. 164).

Já no tempo atual, apresentador e repórter estão no mesmo agora da enunciação, porém cabe ao repórter fazer deslocamentos temporais ao seu momento de fala, já que o conteúdo narrado não compartilha a mesma temporalidade, remetendo-se ao passado ou ao futuro. Nesse caso, o enunciado traz um não-agora para o presente da enunciação, deslocando para o presente o que ocorreu ou ocorrerá em outras temporalidades,



atribuindo a estas o mesmo estatuto temporal da performance narrativa do repórter (Fechine, 2008a).

A entrada ao vivo, quando ocorre sobre o eixo da temporalidade atual, pode ganhar caráter híbrido em relação à sua gramática. Além da participação do repórter ao vivo, comumente são utilizados outros elementos televisuais, tais como imagens e sonoras gravadas previamente, exibidas em alternância com a participação do repórter, ou conteúdos colaborativos enviados pelos telespectadores, complexificando, ainda mais, os deslocamentos temporais realizados⁴.

Marcas técnicas auxiliam na identificação das entradas ao vivo: “as interrupções ou interferência na captação dos sinais de vídeo e/ou áudio; o vazamento das instruções/informações trocadas entre a própria equipe técnica e de produção ao longo da transmissão; as dificuldades de comunicação evidenciadas pelos comunicadores em função de certos atrasos inerentes ao tráfego de sinais entre os *links*, o *delay*, o selo de “ao vivo”, os imprevistos inusitados, entre outras.

⁴ Cabe lembrar que as operações discursivas dos dispositivos de actorialização, espacialização e temporalização ajudam a compor um simulacro da enunciação, chamado, em *Semiótica Discursiva*, de enunciação-enunciada: “[...] trata-se de um simulacro que imita, dentro do discurso, o fazer enunciativo: o “eu”, o “aqui” e o “agora” encontrados no discurso enunciado e que não representam de maneira nenhuma o sujeito, o espaço e o tempo da enunciação” (Greimas; Courtés, 2016, p.168). Dessa maneira, nos telejornais, as premissas da enunciação enunciada são estabelecidas a partir do espaço “estúdio”, do tempo “ao vivo”, e dos atores “âncoras e repórteres”, delegados da instância da enunciação para apresentar as notícias.



A transmissão de sinal audiovisual digital simplifica o processo de realização dos vivos, estimulando, por sua facilidade, a operação predominante em tempo real em determinados telejornais. Essa condição resulta em coberturas jornalísticas sobre acontecimentos de diferentes magnitudes, uma vez que as barreiras econômicas anteriormente associadas à produção de transmissões ao vivo são significativamente reduzidas. Nesse sentido, a entrada ao vivo deixa de ser uma ferramenta de hierarquização dos acontecimentos, entre os mais e menos importantes, abrindo espaço para a realização de vivos síncronos sobre eventos de menor relevância, com a única intenção de explorar a concomitância temporal entre todas as instâncias, quem fala, aquilo do qual se fala e aquele para quem se fala em um mesmo presente compartilhado.

Em resumo, no que tange ao dispositivo discursivo de temporalização, o vivo ancora-se no tempo presente instantâneo da enunciação, caracterizada pela concomitância entre as instâncias de produção, transmissão e recepção da notícia, mas admite, em sua narrativa, deslocamentos temporais, podendo ser utilizado para articular o presente do enunciado com o passado, presente ou futuro das notícias, sempre as ancorando no tempo real, em uma estratégia de atualização.

Conclusões

Em investigações dedicadas ao telejornalismo, são muitas as vezes em que pesquisadores de comunicação deparam-se com notícias conformadas através de entradas ao vivo, princi-



palmente na análise de telejornais brasileiros matinais, regionais e populares. Essa “inflação” do vivo nesses programas reflete características da ambiência midiática na qual o telejornalismo está inserido, suas lógicas mercadológicas, sociais e tecnológicas. Dessa maneira, compreende-se importante para o campo direcionar o olhar às entradas ao vivo, através de metodologias que contribuam para realização de análises contextuais, ampliando níveis de pertinência, sendo capazes de demonstrar a interferência da ambiência midiática em lógicas de maior ou menor realização de entradas ao vivo.

Propôs-se, neste texto, um caminho de análise que priorize os aspectos actanciais, espaciais e temporais dos vivos, e suas articulações, entendendo essa triangulação como determinante no estabelecimento das principais estratégias enunciativas do texto televisual. Mas, mais que isso, segue pertinente a análise ampla da identidade e organização de cada programa individualmente, sua linha editorial, perfil de audiência, horário de veiculação, recursos tecnológicos, financeiros e humanos disponíveis para sua realização, etc. Tais informações compõem um mapeamento que contribui para a compreensão dos critérios de escolha pelo uso da entrada ao vivo nos telejornais: se estruturante para a execução do programa ou se regido pelos valores-notícia inerentes aos acontecimentos noticiados nestes vivos.

O esforço metodológico empreendido busca revelar aspectos pertinentes à análise do vivo enquanto texto televisual, os seus usos no telejornalismo brasileiro, e como essa



linguagem tão tradicional à área tem adaptado-se à ambiência midiática, seja para ampliar a capacidade de produção de notícias, atendendo lógicas mercadológicas, seja para aproximar-se de valores em alta no ecossistema como a autenticidade, a espontaneidade, a pessoalidade, a interatividade, entre outros. Deste modo, apresentamos um ponto de partida para a análise de informações veiculadas através deste tipo formato no telejornalismo, e que também pode auxiliar a compreender outros formatos telejornalísticos da ambiência atual ou mesmo outros que venham a surgir no futuro.

Referências

- BACKES, V. C. **O vivo no telejornalismo**: uma tipologia de finalidades, funções e formatos. Tese de Doutorado. 257 páginas. (Comunicação Midiática) - Programa de Pós-Graduação em Comunicação / UFSM, Santa Maria, 2024.
- BACKES, V. C.; PAVANELLO, A. B. A participação do público no telejornal: quando as mensagens pautam o Bom Dia São Paulo. *In*: PATRÍCIO, Edgard (org). **Transformações no mundo do trabalho do jornalismo**. Florianópolis: Editora Insular, p.713-735, 2022.
- BECKER, B. **Televisão e Telejornalismo**: transições. 1. ed. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2016.
- CANAVILHAS, J. **Nuevos medios, nuevo ecosistema**. El profesional de la información. Espanha, v. 24, n.4, p.357-362, 2015.
- CASTRO, M. L. D. **Reflexão teórico-metodológica em torno do telejornal**. *In*: GOMES, I. (org.). Análise do telejornalismo: desafios teórico-metodológicos. Salvador: EDFUBA, p. 285-302, 2012.
- CHARAUDEAU, P. **Discurso das Mídias**. 2 ed. São Paulo: Contexto, 2013.
- DUARTE, E. B. **Ajustando temporalidades, afinando conceitos, atualizando roteiros**: um estudo sobre a televisão. Porto Alegre: Sulina, 2022.



_____. **Preâmbulo.** In: DUARTE, E. B.; CASTRO, Maria Lília Dias de (orgs). Comunicação audiovisual: gêneros e formatos. Porto Alegre: Sulina, 2007. p. 7-33.

DUARTE, E. B.; CASTRO, M. L. D. **Produção midiática:** o ir e vir entre teoria, metodologia e análise. In: BARICHELLO, E. M. R.; RUBLESCKI, A. Pesquisa em comunicação: olhares e abordagens. Santa Maria: FACOS, 2014. p.67-87.

DUARTE, E. B.; CURVELLO, V.. **Telejornais:** quem dá o tom?. In: Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (E-Compós), Brasília, v.11, n.2, maio/ago. 2008.

FECHINE, Y. **Televisão e Presença:** uma abordagem semiótica da transmissão direta. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2008a.

_____. **Performance dos apresentadores dos telejornais:** a construção do ethos. Revista FAMECOS, v. 38, p. 69-76, 2008b.

GONÇALVES, J. F. **Quem fala no jornalismo?** In: LEAL, Bruno; et al (orgs.). Para entender o jornalismo. Belo Horizonte: Autêntica, 2014, p. 89-101.

GREIMAS, A. J.; COURTÉS, J. **Dicionário de semiótica.** 2. ed., 3a reimpressão. Vários tradutores. São Paulo: Contexto, 2016.

GUTMANN, J. F.; VILAS BÔAS, V. M.; GOMES, I. **Testemunha, vivência e as atuações do repórter na TV brasileira.** Significação-Revista de Cultura Audiovisual, v. 46, p. 78-95, 2019.

JOST, F. **Compreender a televisão.** Porto Alegre: Sulina, 2007.

_____. **Seis lições sobre televisão.** Porto Alegre: Sulina, 2004.

LAGE, N. **A estrutura da notícia.** São Paulo: Ática, 2006.

SARAIVA, M. R.; FERNANDES, L.; AZEVEDO, J. **O Telejornal sob o olhar da cenografia:** da experimentação à imagem de marca. Comunicação em Sociedade. v.15, p.149-162, 2009.

SATUF, I. **A rua manda notícias:** dispositivos móveis e manifestações sociais na atualização dos critérios de noticiabilidade. Liinc em Revista. Rio de Janeiro, v. 10, n.1, p. 317-329, 2014.

SIQUEIRA, F. **Realidade no telejornalismo:** uma análise da coprodução via WhatsApp. Revista Observatório, v. 4, n. 3, p. 623-649, 2018.



ANÁLISE TEXTUAL DE MATERIAL AUDIOVISUAL: UM OLHAR POSSÍVEL À PROGRAMAÇÃO DAS TEVÊS EDUCATIVAS E COMUNITÁRIAS

**Fabiana da Costa Pereira
Maria Ivete Trevisan Fossá**

A metodologia apresentada está embasada no trabalho de Casetti e Chio (1999) a partir da análise textual de material televisivo, que, para os autores, significa que a análise tem uma complexidade que considera o todo do material da programação e não os componentes em partes, com análises separadas. Conforme os autores, “as análises textuais, como as análises de conteúdo, se aplicam aos programas televisivos e ao conjunto da programação. O que muda é o modo de considerá-los” (Casetti; Chio, 1999, p. 249, tradução nossa).

É justamente o modo de considerar essa análise textual que se diferencia da análise de conteúdo, por não separar e quantificar cada elemento do audiovisual. É isso que atendeu nossa perspectiva no entendimento de que alguns elementos se articulam e por isso precisam ser analisados dessa forma. Como exemplo, explicam que para analisar uma novela não basta saber a quantidade de personagens ou de temas, mas é preciso que se estude a relação desses elementos. Dizem os autores:



As análises textuais, igual como nas análises de conteúdo, se aplicam aos programas televisivos e ao conjunto da programação. O que muda é o modo de considerá-los [...] não se trata de medir quantitativamente a presença de determinados temas, figuras ou ambientes, mas de destacar a arquitetura e o funcionamento dos programas analisados, a estrutura teórica que o sustenta e a estratégia de implementação. (Casetti; Chio, 1999, p. 249, tradução nossa).

Porém, numa escolha consciente, os autores salientam que a análise textual, ao mesmo tempo em que valoriza a interpretação do significado no sentido global, os temas dos quais se fala e as formas de enunciação do próprio discurso, também despreza os elementos concretos do texto e o modo como esse se constroi (Casetti; Chio, 1999).

Assim, a análise textual pode ter dois usos: a identificação de tendências e estilos do programa, numa função analítica e teórica – que se entende seja o caso das pesquisas realizadas – ou para diagnosticar e corrigir episódios pilotos, numa função operativa (Casetti; Chio, 1999). Mas para ambos os casos a análise passa por duas fases.

Uma fase é descritiva, em que o pesquisador deverá identificar e inventariar os elementos do texto televisivo e desenvolver a construção de um esquema de leitura. Após, passa por uma segunda fase, interpretativa, em que irá explicar a estrutura e o processo do texto televisivo – a análise em si.

A primeira fase, descritiva, constroi um ‘esquema de leitura’ que guia a atenção do investigador, conforme é



apresentado pelos autores. Esse esquema pode ser realizado a partir de duas propostas – através de uma listagem dos pontos mais importantes do texto ou pode adquirir uma forma mais estruturada, como a simulação de entrevista do pesquisador ao texto.

A primeira possibilidade subdivide o programa em segmentos, os quais são numerados e descritos para comporem um mapa dos sujeitos e de todos os elementos presentes. Já a segunda possibilidade centra a atenção em um único aspecto do texto, porém mais estruturado. Nos casos dos estudos desenvolvidos e que apresentaremos na sequência, entendemos como pertinente a primeira possibilidade, por ser mais abrangente, para dar conta dos objetivos de análise dos materiais audiovisuais das pesquisas realizadas.

Nessa possibilidade, que subdivide o programa em segmentos, conforme os autores (Casetti; Chio, 1999), a subdivisão acontece através da definição de:

1. Sujeitos e interações (no tempo e no espaço; comportamento e função no desenvolvimento do programa);
2. Textos verbais (peso, estilo de linguagem, conteúdo do discurso, tratamento dos discursos e valorações);
3. História (presença de uma ou várias histórias, estrutura temporal das histórias, a narrativa e suas interações com a macro história);
4. Encenação (evidência e características da intervenção do autor ideal; controle dos espaços; relação entre as

diferentes figuras e traços do autor ideal; estrutura espacial da transmissão).

Para a efetivação da análise das pesquisas específicas que foram desenvolvidas, propusemos uma apropriação do método proposto por Casseti e Chio (1999), mas sob um olhar particularizado às temáticas e aos *corpus* analisados, o que resultou em novas perspectivas de aplicação do estudo das estruturas do texto televisivo. A mesma foi adaptada considerando os objetivos a serem atingidos em cada estudo, assim como as singularidades do que se buscava observar. Apresentaremos cada caso na sequência.

Estudo de caso em uma tevê comunitária: análise textual de material audiovisual na programação da TV Santa Maria/RS

O primeiro estudo de caso se deu a partir da análise da programação de uma tevê comunitária, buscando a identificação do comunitário que se fazia presente na TV Santa Maria, um canal da cidade de Santa Maria, no Rio Grande do Sul. Esse canal está limitado à transmissão dentro do sistema a cabo de difusão televisiva.

Esse estudo completo está disponível na dissertação “O comunitário presente na TV Santa Maria: análise a partir das estratégias comunicacionais de produção televisiva”, desenvolvido no Programa de Pós Graduação de Comunicação da



Universidade Federal de Santa Maria –PPGCOM/UFSM¹, no ano de 2012 a 2013.

O estudo teve como objetivo geral identificar como o comunitário se fez presente na TV Santa Maria a partir das estratégias comunicacionais de gestão e de programação televisiva. Para isso buscou-se, como objetivos específicos, mapear a grade de programação da TV Santa Maria no ano de 2012 e 2013; analisar as estratégias comunicacionais presentes na gestão e programação do canal comunitário e, ao final, identificar como o comunitário se faz presente na TV.

A análise do corpus empírico, formado por 28 edições de programas da grade da emissora, foi realizada através da análise textual de material audiovisual, complementada pelas entrevistas em profundidade e análise documental. O método possibilitou a identificação da composição da grade de programação da TV, assim como o conhecimento dos gestores do canal comunitário.

A partir da análise empreendida no material coletado, observou-se que a TV comunitária, instalada na cidade de Santa Maria, prestava-se ao papel de ser veículo alternativo à mídia hegemônica, fomentador da cultura e do esporte local, procedendo a coberturas de fatos relevantes para a comunidade.

Nesse sentido, em função da programação, das entrevistas e dos documentos analisados, o que consideramos foi

¹ Disponível no link <https://repositorio.ufsm.br/handle/1/6353>

que o comunitário se fez presente na TV Santa Maria a partir dos diferentes espaços que se abriram para os artistas desconhecidos, para a cobertura do futebol amador e profissional, para as entrevistas com a população, para os espaços de apoio cultural das pequenas empresas, mas principalmente na veiculação de grade de programação variada e temática ampla, com foco nos acontecimentos locais.

Em específico, na aplicação da metodologia da análise textual, a apropriação iniciou desde a primeira parte, com algumas especificações realizadas para cada ponto de texto, que foi identificado na subdivisão do programa em segmentos. Assim, chegamos a novos pontos de texto:

1. Sujeitos e interações como os donos das falas – apresentador (es), repórter(es), convidado(s), apoiadores, produtores, ou seja, todos que apresentassem interação com o programa;
2. Textos verbais como as temáticas tratadas durante o programa – o conteúdo dos discursos abordados durante o programa;
3. História como a presença de uma ou várias histórias e a forma da narrativa – uma única voz ou pluralidade de vozes;
4. Encenação como o controle dos espaços e a estrutura espacial – se as cenas estavam além do estúdio de gravação do canal e se eram produzidas ou realizadas por outros que não a equipe da TV Santa Maria/SM Produtora.

Na sequência, a construção do ‘esquema de leitura’ proposto por Casseti e Chio (1999) inicia com a decomposição do programa em segmentos, os quais são numerados e descritos para cada ponto de texto definido, para depois serem categorizados.

Para a decomposição do programa, uma das possibilidades é a escolha por cortes a partir de linhas ou segmentações com base em critérios formais (troca da luz, pausa publicitária) ou de conteúdo (troca de cenário, troca de personagens). Para essa segmentação optou-se pela mudança através de critérios formais, especificamente a troca de quadro para programas que tem mais de um quadro, episódios, para programas que tem episódios e quando não há nenhum desses casos, consideramos quadros únicos.

O Quadro 1 apresenta o modelo que foi aplicado para a decomposição do texto nas edições dos programas que compuseram o corpus empírico, utilizando como exemplo o programa intitulado ‘Semeando cultura’.

Quadro 1: Exemplo da decomposição do texto do programa Semeando Cultura

Segmento	Sujeitos e interações	Textos verbais	História	Encenação
Único, com 4 blocos	Saulo Oliveira (apresentador); Delci Taborda (apresentador); Paulo Schuster (repórter) Laranjeira (Regionalista) Paulo Roberto (cantor) Grupo Fundo da Grota (músicos) Cícero Nogueira (Professor UFSM)	Cavalgada Maneco Pedroso; cultura no RS hoje; Energia alternativa; Tributo à Reduzino Malaquia	Várias histórias e vozes plurais	No CTG, na UFSM e imagens da cavalgada Produção Saulo Oliveira

Fonte: Elaborado pelas autoras

Para a definição das categorias, que reagrupam os dados da desconstrução, assim como para a construção do modelo de referência que seja uma representação esquemática do fenômeno analisado, a teoria foi o ponto de partida. Ressaltam os autores:

Na realidade, os diferentes momentos estão entre si, pois quando se decompõe o programa já se tem em mente as categorias que irão ser aplicadas para captar os aspectos relevantes, e essas categorias, por sua vez, só podem se referir a um modelo geral que está pronto ou disposto a ser preparado. (Casetti; Chio, 1999, p. 257-258, tradução nossa).

As codificações da construção do modelo de referência e das categorias foram estabelecidas *a priori* da análise, embaçadas na teoria da pesquisa, mais especificamente sobre tevês comunitárias no sistema a cabo, apresentada por Peruzzo:

O canal comunitário numa cidade de grande ou pequeno porte precisa ser plural e refletir a diversidade que a constitui como cidade, ou seja, portadora de uma gama de comunidades, grupos organizados, movimentos sociais e organizações sem fins lucrativos e de interesses social. Requer abertura à pluralidade de visões e perspectivas de ação social, representando quase uma **comunidade de comunidades**. Requer representatividade. [...] Ao canal comunitário não basta ser local. Suas práticas de gestão e sua programação devem traduzir posturas de cunho coletivo, facilitar a participação ampliada do cidadão e das organizações que o representam em todos os níveis, assim como disponibilizar programas voltados para o desenvolvimento da educação, da cultura e da cidadania, sempre colocando o interesse público acima dos interesses particulares e de grupos. (Peruzzo, 2007, p. 111, grifo nosso).

Nessa teoria, bem especificamente sobre as estratégias de programação dos canais comunitários, identificamos as seguintes características:

1. canal produtor de programação (ele mesmo produz os programas) que tem programação com unidade de gêneros e formatos, estilo de linguagem e ritmo de produção, ou canal provedor de programação (abre e organiza o espaço para transmissão de programas de terceiros, numa grade compartilhada);



2. programação voltada para geração de cidadania, educação, cultura e desenvolvimento social com base em ampla participação popular, sem se submeter aos padrões das TVs comerciais; não lhe cabe reproduzir um tipo de programação igual ou similar a das grandes redes de televisão;
3. canal de expressão para os que sempre foram privados de participar como emissores de conteúdo, movimentos sociais, sindicatos e outras organizações sem fins lucrativos;
4. tevê que enfatize o desenvolvimento da cidadania cultural e contribua para o desenvolvimento social e local (Peruzzo, 2007).

Ainda, salienta a autora, que o canal comunitário deverá ter “envolvimento direto de cidadãos, associações, movimentos populares e demais organizações sem fins lucrativos nos seus processos de criação, de administração e de programação” (Peruzzo, 2007, p.110).

A partir dessas definições construímos um modelo de referência (Quadro 2) dentro do que se consideraria um ideal de tevê comunitária e suas estratégias de programação, utilizando os mesmos pontos do texto que foram empregados.

Quadro 2: Modelo de referência a partir da teoria da comunicação comunitária

Sujeito e interações	Textos verbais	História	Encenação
<p>- canal de expressão para os que sempre foram privados de participar como emissores de conteúdo, movimentos sociais, sindicatos e outras organizações sem fins lucrativos nos seus processos de criação, de administração e de programação</p> <p>- ter representatividade</p>	<p>- programação voltada para geração de cidadania, educação, cultura e desenvolvimento social com base em ampla participação popular, sem se submeter aos padrões das TVs comerciais</p> <p>- tevê que enfatize o desenvolvimento da cidadania cultural e contribua para o desenvolvimento social e local</p>	<p>- precisa ser plural e refletir a diversidade que a constitui como cidade; abertura à pluralidade de visões e perspectivas de ações sociais</p>	<p>- canal produtor de programação (ele mesmo produz os programas e a programação com unidade de gêneros e formatos, estilo de linguagem e ritmo de produção)</p> <p>- canal provedor de programação (abre e organiza o espaço para transmissão de programas de terceiros (grade compartilhada))</p>

Fonte: Elaborado pelas autoras

Esse modelo de referência identifica características claras para os veículos comunitários que, conforme cada ponto do texto trabalhado, foi definido numa categoria única:

1. para **sujeitos e interações** foi definida a categoria ‘representatividade’ (presença dos diferentes indivíduos representa a comunidade);
2. para **textos verbais** a categoria definida foi ‘interesse público’ (abordagem de assuntos que representem os diversos interesses, abrangem temáticas que tratam de questões presentes no dia a dia);

3. para **história** foi definida a categoria ‘pluralidade’ (as diferentes visões dos assuntos abordados, abrindo espaço para as contraposições; as múltiplas perspectivas);
4. para **encenação** a categoria definida foi o ‘cunho coletivo’ (grade compartilhada com espaço de veiculação de outras produções, com realização de outros formatos e linguagens).

A partir dessas, inferimos as outras categorias, numa complementação pela oposição, do que seria o não comunitário: exclusividade em oposição à representatividade para sujeitos e interações; interesse privado em oposição ao interesse público para os textos verbais; unicidade em oposição à pluralidade para as histórias, e cunho individual em oposição ao cunho coletivo para a encenação. No Quadro 3 compilamos essas categorias:

Quadro 3: Categorias definidas a partir do modelo de referência

Sujeito e interações	Textos verbais	História	Encenação
Representatividade X	Interesse público X	Pluralidade X	Cunho coletivo X
Exclusividade	Interesse privado	Unicidade	Cunho individual

Fonte: Elaborado pelas autoras

Voltando, enfim, à construção do esquema de leitura: para **análise dos sujeitos e interações** relacionamos as categorias **representatividade**, quando se tratou de sujeitos que estivessem em representação de órgãos públicos, organizações

sem fins lucrativos, associações e outras organizações de cunho coletivo, e **exclusividade**, quando se tratou de sujeitos que falavam na sua particularidade.

Para análise dos **textos verbais**, relacionamos as categorias **interesse público** - quando o assunto abordado tratou de questões pertinentes à coletividade -, e **interesse privado**, quando se referiu a assunto de interesse de parcela da população. Para as **histórias** relacionamos as categorias **pluralidade** - quando identificamos diferentes pontos de vista nos assuntos tratados - e **unicidade**, quando a narração do sujeito se fez sob um ponto de vista.

Por fim, para **as encenações** relacionamos as categorias **cunho coletivo** - quando aparecia a diversidade dos materiais, cenas e espaços de produções apresentados - e **cunho individual**, para os materiais apresentados sob um único formato e espaço. O Quadro 4 apresenta a síntese das categorias aplicadas ao esquema de leitura construído para cada edição dos programas analisados.

Quadro 4: Categorias do esquema de leitura

Sujeitos e interações	Representatividade – (em representações)
	Exclusividade – (fala na particularidade)
Textos verbais	Interesse público – (questões da coletividade)
	Interesse privado – (interesse de parcela da população)
Histórias	Pluralidade – (diferentes pontos de vista)
	Unicidade – (um ponto de vista)



Encenações	Cunho coletivo – (diversidade de formatos e espaços)
	Cunho individual – (único formato e espaço)

Fonte: Elaborado pelas autoras

Ao identificar para cada segmento uma das categorias estabelecidas, conforme o ponto de texto, construímos o esquema de leitura que proporcionou uma identificação das estratégias comunicacionais do programa analisado. O Quadro 5 apresenta o modelo de esquema de leitura aplicado na edição do programa “Semeando Cultura”, que usamos como exemplo.

Quadro 5: Exemplo de esquema de leitura do programa Semeando Cultura

Segmento	Sujeitos e interações	Textos verbais	História	Encenação
Único, com 4 blocos	Representatividade	Interesse público	Pluralidade	Cunho coletivo

Fonte: Elaborado pelas autoras

A análise do corpus empírico, apresentado em sua delimitação, proporcionou a imersão do pesquisador na programação da TV Santa Maria, abarcando todos os programas por eles terem especificidades próprias, mesmo que apresentem formato ou temática repetida. Somente após o mapeamento de cada edição analisada identificamos essas particularidades, muitas vezes ricas na presença do comunitário. Esse fato é reforçado a partir da aplicação do esquema de leitura, seja devido aos assuntos abordados, às locações

de gravação, às participações da população, ou ainda pela inovação na proposta.

Em novo estudo, agora aplicado a uma TV Educativa de Porto Alegre/RS, fizemos nova apropriação de cada uma das etapas utilizadas no estudo de caso da TV Santa Maria/RS. Este estudo apresentamos na sequência.

Estudo de caso em uma tevê educativa: análise textual de material audiovisual na programação da TV Educativa de Porto Alegre/RS

O segundo estudo de caso se deu a partir da análise da programação de uma tevê educativa, buscando a identificação das estratégias de educação para a cidadania que eram acionadas pela programação da TV Educativa de Porto Alegre, um canal educativo da capital do estado do Rio Grande do Sul. Esse é transmitido na tevê aberta.

Esse estudo completo está disponível na tese “Educar para a cidadania por meio da programação da tevê pública: a experiência da TVE de Porto Alegre, RS”, desenvolvido no Programa de Pós-Graduação de Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria –PPGCOM/UFSM², no ano de 2014 a 2018.

O objetivo geral do estudo foi analisar as estratégias de educação para a cidadania acionadas pela programação própria da TVE de Porto Alegre. Os objetivos específicos

² Disponível no link <https://repositorio.ufsm.br/handle/1/16268>

buscaram problematizar o entendimento sobre educação para a cidadania no contexto de uma tevê pública; examinar a programação própria veiculada pela TVE de Porto Alegre e identificar as estratégias de educação para a cidadania acionadas pela programação.

A metodologia, desenvolvida a partir da proposta de Casetti e Chio (1999), foi somada à análise documental e às entrevistas em profundidade. A amostra de análise foi composta de programas que foram ao ar em dois momentos específicos durante os anos de 2016 e 2017. Foram analisados, ao final, 36 edições que fizeram parte da programação do canal.

Nas considerações finais identificamos alguns passos da TVE em direção a uma educação para a cidadania a partir de estratégias presentes na programação, como a presença de diferentes grupos, o olhar através de perspectivas variadas, espaço para os acontecimentos locais e que partem da realidade das comunidades, as informações detalhadas, entre outros.

Porém, ao mesmo tempo, identificou-se uma manutenção das práticas jornalísticas dos veículos comerciais, principalmente no que diz respeito ao formato dos programas e formas de participação ainda muito vinculadas às entrevistas. Nesse sentido, se observou premente pensar o fazer jornalístico e o papel de protagonista da população numa perspectiva em que a educação para a cidadania se faça efetiva.



Partindo para a nossa aplicação neste estudo de caso específico, a primeira fase, descritiva, construiu o ‘esquema de leitura’, que guiou a atenção do investigador, conforme apresentado pelos autores. Numa nova apropriação do método desenvolvido por Casetti e Chio (1999), foram considerados os objetivos, assim como as singularidades do observável, resultando nas seguintes especificações e novas nomenclaturas para cada ponto de texto:

1. Sujeitos e interações como os **donos das falas** – apresentador (es), repórter(es), convidado(s), apoiadores, produtores, abarcando todos que apresentassem interação com o programa – estes passam a ser definido como atores;
2. Textos verbais como as **temáticas tratadas durante o programa** – o conteúdo dos discursos abordados durante a realização do programa – passam a ser definido como temas;
3. História como a presença de **uma ou várias histórias e a forma da narrativa** – uma única voz ou pluralidade de vozes – passa a ser definida como narrativa;
4. Encenação como o **controle dos espaços e a estrutura espacial** – se as cenas estavam além do estúdio de gravação do canal, se apresentavam inovação no formato e nos locais de gravação – passa a ser definida como produção.

Para uma melhor visualização e entendimento sobre os pontos de textos desenvolvidos, apresentamos o seguinte quadro:

Quadro 6: Conteúdo dos novos pontos de texto

Atores	Temas	Narrativa	Produção
Sujeitos e interações como os donos das falas, apresentador (es), repórter(es), convidado(s), apoiadores, produtores, ou seja, todos que apresentassem interação com o programa	Textos verbais como as temáticas tratadas durante o programa, o conteúdo dos discursos abordados durante a realização do programa	História como a presença de uma ou várias histórias e a forma da narrativa, uma única voz ou pluralidade de vozes	Encenação como o controle dos espaços e a estrutura espacial, se as cenas estavam além do estúdio de gravação do canal, se apresentavam inovação no formato e nos locais de gravação

Fonte: Elaborado pelas autoras

Identificados os pontos de textos – atores, temas, narrativa e produção – partimos para a construção de um ‘esquema de leitura’ que passou a ser aplicado em cada uma das edições analisadas. Para a segmentação optou-se pela mudança através de critérios formais, especificamente a mudança de blocos. A partir dessa definição de segmentação, foi desenvolvido o esquema de leitura de cada uma das edições. O Quadro 7 apresenta o modelo que foi aplicado para a decomposição do texto nas edições dos programas do corpus empírico. Abaixo utilizamos como exemplo uma edição do programa ‘Plano de Jogo’.

Quadro 7: Exemplo da decomposição do texto da edição de 05.09.2017 do programa ‘Plano de Jogo’

Segmento	Atores	Temas	Narrativa	Produção
Bloco 1	Apresentadores Câmeras Convidado Repórteres Entrevistados Equipe de produção TV Parceira	- Futsal e jogo da ACBF; - Chegada das judocas da Sogipa; - Campeão de Hapkido; - Classificatória da copa, com jogo Brasil e Colômbia.	- As matérias sobre os jogos trazem informações sobre o jogo e o campeonato e as classificações dos times; - Matéria sobre as judocas mostra o lado de incentivo ao esporte, traz entrevista com as judocas contando suas trajetórias; - Entrevista com o atleta mostra as mudanças que o esporte proporcionou na sua vida e explica o que é a arte marcial.	- Produção TVE Ambientação em estúdio e nas matérias externas, nos locais dos fatos Imagem de TV parceira.

Fonte: Elaborado pelas autoras

A partir dessas definições do esquema de leitura também construímos um modelo de referência que foi preenchendo cada ponto de texto com as informações retiradas da teoria do que se consideraria estratégia ideal de um programa de tevê pública que leve à educação para a cidadania. Neste momento, a teoria dá o suporte para essa construção. O Quadro 8 apresenta o modelo de referência construído:

Quadro 8: Modelo de referência a partir da teoria sobre estratégia de educação para a cidadania numa tevê educativa

Atores	Temas	Narrativa	Produção
<p>- Abertura de espaços para uma diversidade de pessoas, indivíduos representantes de diferentes comunidades/grupos, sejam jovens, adultos, crianças, pessoas de mais idade, de diferentes fazeres e múltiplas culturas, principalmente aquelas que não têm espaço nos canais privados: (apresentadores, jornalistas, representantes de cargos oficiais, líderes de comunidades, artistas, esportistas, representantes de diferentes profissões, integrantes de diferentes grupos, representantes de diferentes etnias, diferentes gêneros, pessoas da comunidade em geral).</p>	<p>- Plurais, voltados para assuntos que estejam em pauta ou que não sejam do conhecimento por não ter espaço de divulgação, ligados à realidade local, regional, nacional e internacional (cidadania, educação, cultura, esporte, lazer, desenvolvimento social, econômica, política, fazeres comunitários, de grupos, histórias de vida, exemplos, comparações, superações, soluções de problemáticas comuns, contextos das comunidades, etc.).</p>	<p>- Precisa ensinar como fazer, indicar onde ir, explicar quem procurar e responsabilizar, mostrar para que serve; contextualizar no espaço local, no regional, no nacional e internacional; contextualizar no ontem e no hoje, que dê perspectiva para o amanhã ou levante questionamentos; que analise, proponha reflexão crítica, compare realidade, mostre alternativas; traga diferentes pontos de vista, contraponha o especialista com a experiência pela prática e pela vivência do dia a dia; dê espaço para diferentes vozes, abra espaço para a pluralidade de ideias e de formas de narrativas (como contação de histórias, histórias de vida, narrações alternativas, etc.).</p>	<p>- Não esteja limitada à reprodução dos modelos dos canais privados, sem limites temporais padrão, de uso de material de terceiros, uso de espaços alternativos, com formatos diferentes e outras estéticas.</p>

Fonte: Elaborado pelas autoras

Esse modelo de referência identifica características claras para o que entendemos que sejam estratégias possíveis para o desenvolvimento do processo de educação para a cida-

dania numa tevê pública. A partir daqui, passamos a análise direta ao material que foi segmentado, pois o próximo passo proposto pelos autores Casetti e Chio (1999), que seria a criação de categorias de análise a partir do modelo de referência, no nosso entendimento, não contribuiria para a análise que precisava ser feita neste estudo específico.

Assim, a observação minuciosa do que foi levantado para cada ponto de texto no modelo de referência, comparada a cada ponto de texto de cada edição observada, nos deu condições de proceder a análise e a identificação ou não das estratégias de educação para a cidadania. Neste sentido, é que salientamos que fizemos nova apropriação de método já trabalhado no mestrado, considerando que o mesmo, aplicado até esta etapa, nos possibilita respostas aos nossos questionamentos, atingindo os objetivos propostos.

Porém, nesse estudo, vale salientar que não desprezamos um olhar sobre outros elementos que compõem cada edição dos programas, como as imagens, os enquadramentos de imagens, a luz, os sons, os cenários, os roteiros, os tempos de fala, entre outros. Dentro da análise apresentamos um olhar sobre esses outros elementos presentes nos vídeos e que também compõem o processo de identificação das estratégias de educação para a cidadania, que buscamos.

Também, para melhor entendimento, achamos importante especificar que tratamos por ‘apresentador’ as pessoas que desenvolveram o papel de âncora dos programas; por ‘matéria’ a produção jornalística, e por ‘reportagem’

a produção realizada com maior duração e em ambiente externo, com participação de outras pessoas; e, ainda, diferenciamos os ‘convidados’, que consideramos as pessoas que estavam presentes no estúdio, dos ‘entrevistados’, que é como chamamos as pessoas que participavam de alguma reportagem através de entrevista externa ao estúdio.

Enfim, o trabalho realizado até aqui com a amostra de análise, apresentado em sua delimitação, proporcionou a imersão do pesquisador no conteúdo e produção de alguns dos programas da TVE. Somente após o mapeamento de cada edição analisada identificamos as particularidades, muitas vezes ricas em informações, de cada programa, ou ainda de cada edição.

Esse fato é reforçado a partir da aplicação do esquema de leitura, que permitiu um olhar mais direcionado, seja devido aos assuntos abordados, as participações dos convidados e as histórias que contam, seja pela forma como contam as realidades apresentadas.

Considerações

A aplicação da metodologia de análise textual de material audiovisual, como proposto pelos autores Casetti e Chio (1999), oportuniza que o pesquisador desenvolva um estudo de conteúdo televisivo (no caso dos estudos realizados), sem dividir os componentes em partes quantificáveis, visto que não é este o interesse - mas sim olhar para o todo do material da programação.



No nosso entendimento, a metodologia oportunizou que, nos dois estudos, pudéssemos olhar a programação das tevês, considerando que alguns elementos se articulam juntos e por isso precisavam ser analisados dessa forma. Lembrando que os autores deixam claro que o método, ao mesmo tempo em que valoriza a interpretação do significado no sentido global, também desconsidera os elementos concretos do texto e o modo como esse texto se constrói (Casetti; Chio, 1999).

Assim, a análise textual foi apropriada de formas específicas, conforme a necessidade dos objetivos dos estudos se impuseram. No primeiro caso, de forma mais completa, partimos da decomposição do texto, com pontos de texto adaptados ao estudo. Desenvolvemos o modelo de referência e chegamos a estruturar categorias do modelo de referência, que depois foram aplicadas a cada programa analisado.

No segundo estudo, também partimos da decomposição do texto, apresentamos novos pontos de texto, adaptados ao que fazia sentido para uma tevê educativa e que orientava a pesquisa. Chegamos a desenvolver o modelo de referência, porém sem identificar categorias, pois não faria sentido no entendimento do que se buscava analisar na programação. Mas para ambos os casos a análise e suas etapas, aplicadas de forma personalizada, deram condições de esmiuçar a programação dentro do olhar da pesquisa, nas suas particularidades e chegar aos objetivos propostos.




Referências

CASSETTI, Francesco; CHIO, Frederico di. **Análisis de la televisión**: instrumentos, métodos y prácticas de investigación. Barcelona: Paidós, 1999.

PERUZZO, Cecilia M. K. **Televisão comunitária**: dimensão pública e participação cidadã na mídia local. Rio de Janeiro: Mauad X, 2007.

TV Santa Maria. Santa Maria, 2012/2013. Disponível em: <http://santamaria.tv.br/>. Acesso em: 23 mar. 2012.

TVE. Porto Alegre, 2016/2017. Disponível em: <http://www.tve.com.br/>. Acesso em: 15 jun. 2017.



DO TEXTO TELEVISUAL À TEXTUALIDADE: UM PERCURSO TEÓRICO-METODOLÓGICO

Gabriel de Souza
Elizabeth Bastos Duarte

Os textos televisuais são construções complexas: convocam para sua manifestação diversas linguagens sonoras e visuais, estrategicamente articuladas com o propósito de construir o todo de sentido e significado pretendido, refletindo, reiterando e/ou propondo novas imagens, representações ou valores sociais que o levem a alcançar sua finalidade maior: o consumo dos textos-programas.

O maior impasse é que, embora os produtos ofertados pela mídia televisão se manifestem sob a forma de textos televisuais, eles não podem ser analisados independentemente do processo comunicativo/enunciativo que os *enforma* e os dota de sentidos e significação. É que:

considerado isoladamente, signo algum tem significação. Toda a significação nasce de um contexto, quer entendamos por isso um contexto de situação ou um contexto explícito, o que vem a dar no mesmo; com efeito, num texto ilimitado ou produtivo (uma língua viva, por exemplo), um contexto situacional pode sempre se tornar explícito (Hjelmslev, 2013, p.50).



Os pesquisadores interessados na produção da mídia televisão enfrentam, simultaneamente, um duplo desafio, representado pelo: *(1) preconceito que ainda persiste em relação ao próprio objeto de estudo – os produtos televisuais; (2) insuficiência e inadequação do aparato teórico-metodológico à disposição, frente à complexidade e hibridação desses produtos* (Duarte, 2004, p. 227).

Apresenta-se, na sequência, o percurso trilhado na definição de uma metodologia direcionada à análise da produção midiática, adaptada, evidentemente, tanto aos objetivos de cada investigação, como ao tipo de texto midiático que o veicula.

Textos televisuais

Os produtos que a mídia televisão oferta ao mercado consumidor são, do ponto de vista semiótico, textos, frutos da relação de interdependência contraída entre expressão e conteúdo, manifestando-se como resultado de um amplo processo de produção de significação e sentidos, que, como materialização de um processo comunicativo e discursivo midiático complexo, configuram-se como textos-mercadoria, ofertados pela mídia televisão ao mercado televisual: não se pode esquecer que eles lhe garantem a sustentação e a sobrevivência. É que a televisão brasileira, ao contrário do que ocorre em outros países, é uma empresa de caráter comercial com fins lucrativos, iniciativa de alguns poucos grupos privados, que, para sobreviverem, dependem da venda de seus produtos.

Sim, pois os textos televisuais são estruturados a partir de distintas *linguagens visuais* – cenário, figurino, interpretação, expressão facial e corporal, grafismos, legendas – e *sonoras* – a verbal, a musical e outras tantas formas de efeitos sonoros e sonoplastia. A operação com essas diferentes linguagens sonoras e visuais se dá por meio da articulação de diferentes dispositivos técnicos/tecnológicos de produção, pós-produção, circulação e consumo dos produtos televisuais, que acabam por interferir, direta e indiretamente, no processo de realização dos textos televisuais, na medida em que cada um deles impõe suas regras.

Mas, o que diferencia os textos televisuais de outras produções midiáticas não é o mero fato de convocarem diferentes linguagens, sobredeterminadas pelos meios técnicos, para a sua expressão, e, sim, seu processo de discursivização, isto é, a forma como atualizam seus diferentes dispositivos discursivos e expressivos.

Como textos-mercadoria, sua realização, pautada pela velocidade – afinal, a televisão está no ar 24h/24h por dia –, é presidida pela lógica da repetição levada à exaustão. É essa repetição que diz respeito também às suas formas de estruturação narrativa que se submetem ao modo de funcionamento da televisão; ao emprego dos mesmos subgêneros e formatos para sua manifestação; à utilização das mesmas estratégias discursivas para capturar e manter a atenção dos telespectadores. Em síntese, a construção das narrativas televisuais submete-se ao modo de funcionamento da mídia tele-



visão, que se pauta pela lógica da serialização que preside a organização de sua grade de programação, constituindo-se no “*critério maior de distribuição, estruturação e fragmentação dos produtos televisuais*” (Duarte, 2015, p. 31).

Toda essa complexidade obriga o texto televisual a transbordar seus limites, esparramando e ultrapassando as linhas claras de demarcação entre o que faz parte de sua *intratextualidade, intertextualidade e paratextualidade*. São, nessa perspectiva, as intenções e objetivos de uma dada pesquisa que definem o que deve compor essa textualidade, objeto material de uma dada análise semiótica. Sim, porque os textos, como ensina Hjelmslev (2013, p. 51), vão muito além de si mesmos, ultrapassam seus limites formais, demonstram e apontam sua complementaridade, não podendo ficar enquadrados em fronteiras restritas. Assim, “o texto é o *que é lido*; mas, sua textualidade é quem define *como ele deve ser lido*” (Duarte; Castro, 2014, p. 02). Ela sustenta as relações que o texto em análise contrai em três diferentes níveis, configurando as perspectivas de inclusão na análise de uma paratextualidade (comunicativa e enunciativa), de uma intertextualidade (paradigmática e sintagmática) e de uma intratextualidade (expressão e conteúdo).

É imprescindível, assim, considerar que:

- 1) a análise de um produto televisual em sua textualidade não pode se dar independentemente do processo comunicativo que o institui e do qual é suporte material; 2) os processos comunicativos televisuais distinguem-se entre si não só porque atualizam diferentes



relações entre os interlocutores, como também pelo fato de simultaneamente colocarem à disposição das instâncias de produção e recepção uma série de recursos e possibilidades tecnológicas que impõem certas regras e restrições para a construção de suas mensagens (Duarte, 2004, p. 12).

Assim, se é verdade, como afirma Hjelmslev (2013, p.51), que isoladamente texto algum tem significação e que toda significação nasce de um contexto, é, nessa textualidade, em que o texto transborda os seus limites, apagando as linhas claras de demarcação entre sua intratextualidade, intertextualidade e paratextualidade, os espaços em que a significação e os sentidos se constroem.

Articulações paratextuais

Recuperaram-se, no percurso teórico-metodológico desenvolvido, relevantes contribuições aportadas por diferentes semioticistas (Fabbri, Fontanille, Jost, Barros, Fiorin, entre outros), interessados nos estudos midiáticos, cujas pesquisas se alinham às proposições de dois grandes teóricos fundadores da Semiótica Europeia – Louis Hjelmslev e Algirdas Julian Greimas.

Para Greimas, o objeto de estudo da Semiótica é o texto: “tout le texte, rien que le texte et rien hors du texte” (Greimas, 1974, p.25). Seu objetivo é, em síntese, a formulação de princípios e métodos que deem conta do estudo dos processos de produção de significação e sentidos, buscando explicar não



apenas *o que os textos dizem*, mas, e principalmente, *como eles fazem para dizer o que dizem*.

Greimas centrou suas investigações em um dos planos do texto, *o do conteúdo*, mais especificamente na noção de *narratividade*, devido ao seu caráter de universalidade e extensividade: sua proposta prevê que os homens organizem o conteúdo do que dizem de forma similar, isto é, recorrendo a uma forma de estruturação que se repete, independentemente das linguagens empregadas e das culturas em que elas se inserem. Embora a instância narrativa seja da ordem do cultural e do ideológico, ela está sempre presente. Talvez por isso, seu interesse maior tenha sido a estrutura semionarrativa, que comporta as instâncias fundamental e narrativa. Ainda que tenha sempre destacado a necessidade de melhor explorar a instância discursiva, ela, destaca-se, é da ordem do individual, estando estreitamente ligada à enunciação. Por outro lado, no decorrer do desenvolvimento de sua teoria, o próprio Greimas deixou de ser tão incisivo quanto aos limites do texto, objeto de análise da semiótica, razão pela qual, possivelmente, seus discípulos tenham se sentido mais à vontade para avançar em direção a um alargamento de seus contornos em direção a uma textualidade.

Do giro semiótico de Fabbri (1999) aos níveis de pertinência de Fontanille (2008), há um evidente amadurecimento da proposta teórica greimasiana, que passa a considerar que a análise deve partir do texto como um todo, sem a pretensão de decompor as linguagens em unidades semióticas mínimas,

mas avançar em direção à sua textualidade, ao seu entorno comunicacional, à ação dos sujeitos, às estratégias e circunstâncias que cercam a sua produção. Fontanille (2008) estabelece do ponto de vista metodológico, uma hierarquia de níveis de pertinência, a serem definidos, em cada caso, considerando os objetivos da análise e as necessidades manifestadas pelos objetos de estudo.

A *paratextualidade comunicativa* é, nessa perspectiva, a possibilidade de recuperação do contexto comunicativo em que um dado texto se insere, materializada pela convocação de fatos históricos, sociais, econômicos e/ou culturais, que estão na base do desenvolvimento de sua atuação e vão interferir direta ou indiretamente nas possíveis estratégias utilizadas, para alcançar seus objetivos (Castro; Duarte, 2014). A *paratextualidade enunciativa* ancora-se na instância de enunciação/realização de um dado texto, uma vez que ela é condição para sua existência, comportando um detalhamento dos sujeitos envolvidos na sua construção.

Essas estratégias, embora muitas vezes implícitas, são revestidas de sentidos quando os textos televisuais são considerados em relação a outros textos televisuais.

Articulações intertextuais

Todo texto deve ser considerado em suas relações intertextuais, uma vez que é construído tomando como referência outros textos, seja para reforçar seus paradigmas, seja para romper e propor novos, seja ainda para recuperar textos ante-

riores, ou preparar o leitor para os que virão. De acordo com Eco (1986, p. 64), *nenhum texto é lido independentemente da experiência que o leitor tem de outros textos.*

Embora os meios técnicos de produção, circulação e consumo dos textos televisuais estejam em permanente desenvolvimento, interferindo diretamente na sua construção, a grande verdade é que os modelos que presidem a estruturação dos textos televisuais vêm sendo, ao longo dos anos, reiterados, com algumas alterações e complementações. Nessa perspectiva, as relações intertextuais de caráter paradigmático, tal como são propostas por Hjelmlev (2013), são responsáveis pela articulação de um texto com seu modelo genérico virtual – semelhanças e dessemelhanças. E a ostensiva repetição de modelos é uma das características marcantes da produção televisual.

Extremamente ligados às funções que se propõem a desempenhar, os textos televisuais podem ser reunidos, considerando uma série de categorias que assinalam seu pertencimento a determinado gênero televisual, distinguindo-se entre si pelo subgênero e formato que adotam.

Os gêneros midiáticos, em particular os televisuais, adotam um ponto de vista pós-clássico, fundamentado em uma certa concepção da *realidade* (do referente), o que lhes permite movimentar-se e distinguir os diferentes *mundos possíveis*, em encadeamentos narrativos mais ou menos conformes com uma norma subjacente (Greimas; Courtés, 2013, p. 228).

Segundo Martín-Barbero (2009), o gênero se constrói a partir de uma lógica predominante que agrupa diferentes produções, mediadas pelas normas que presidem o seu sistema produtivo e aquelas definidas por seus usos. É, nessa perspectiva, que Gomes (2006) concebe o gênero televisual como uma construção estratégica, uma forma de endereçamento que tem por meta situar o telespectador em relação a um determinado programa, oferecendo-lhe, de pronto, uma grade de leitura.

Para Jost (2007), a noção de gênero estabelece uma relação entre enunciador e enunciatário, ao propor ao telespectador um mundo possível, de certa maneira antecipando a forma como um tema será tratado, o que é prontamente reconhecido pelo receptor. Esse reconhecimento constitui-se em uma espécie de etiqueta, que possibilita *reagrupar um conjunto de emissões dotadas de propriedades comparáveis, caracterizando o que se convencionou chamar de gênero* (Jost, 2007, p. 60). Os gêneros são para o autor estratégias de comunicabilidade que se configuram como uma promessa de oferta de três mundos possíveis ao receptor – o real, o fictício e o lúdico. Esses mundos *podem servir de fundamento a uma classificação racional dos gêneros e formar arquiêneros* (Jost, 2007, p. 61).

Assim, considerando as contribuições dos autores citados, na perspectiva da investigação realizada, o gênero pode ser compreendido como:

uma macro articulação de categorias semânticas capazes de abrigar um conjunto amplo de produtos

televisivos que partilham umas poucas categorias comuns. Nessa perspectiva, a noção de gênero em televisão não passaria de uma abstração; seria da ordem da virtualidade, uma vez que nenhum produto se manifesta circunscrito apenas a essas categorias genéricas em sua extensão e exclusividade. O gênero funcionaria, então, em cada caso, como substância de uma forma que sobre ele se projeta, decorrente da articulação entre subgênero(s) e formato(s), e não teria outra existência possível além dessa de ser substância em-formada (Duarte, 2004, p. 67).

Segundo Duarte (2004), o gênero situa-se no âmbito da *virtualidade*, é da ordem da abstração, sendo responsável pela reunião de um conjunto ilimitado de textos, que partilham umas poucas categorias comuns, tais como: (a) a função televisiva principal que se propõem a exercer – informação, entretenimento, educação, promoção; (b) o mundo que tomam como referência – o real ou o paralelo; (c) o tipo de realidade discursiva que se propõem a construir – metarrealidade, suprarrealidade, pararrealidade, plurirrealidade; e, (d) a promessa que fazem ao telespectador – veridicção, verossimilhança, hipervisibilização. Dessa forma, o gênero se constitui a partir de uma intencionalidade predominante, ditada pela função que pretende atualizar, em nome da qual se agrupam diferentes produções.

O gênero deve ser assim entendido não como *algo que ocorre no texto, mas sim, pelo texto, pois mais do que uma questão de estruturação é uma questão de competência. Um gênero é, antes de tudo, uma estratégia de comunicabilidade,*



de promoção e leitura (Duarte, 2004, p. 50). Na perspectiva teórico-metodológica (Duarte, 2007, 2008, 2010, 2012, 2013, 2015, 2016, 2017, 2018), mais do que na *promessa* (JOST, 2004, 2006, 2007, 2014), o gênero televisual funda-se em um *contrato*, no qual os sujeitos da enunciação, enunciador e enunciatário, partilham, em um jogo interativo, o sistema de valores em pauta numa determinada comunidade, submetendo-se às *imposições e recursos que tal sistema de valores utiliza para manter sua hegemonia* (Duarte, 2004, p. 28).

No caso da televisão, nesse acordo estabelecido entre enunciador e enunciatário, quem normalmente propõe as regras é o enunciador.

Como em qualquer outro campo, o televisivo é controlado por um certo número de regras que definem as condições de sua colocação em jogo, impedindo mesmo que qualquer um tenha acesso ao discurso. Ninguém entra no processo comunicativo televisivo como enunciador se não satisfizer certas exigências e se não estiver qualificado para entrar no jogo: assim, poucos podem ser os enunciadores do discurso televisivo, embora não haja restrições para os enunciatários (Duarte, 2004, p. 30).

Duarte (2002, 2004, 2005, 2006, 2007, 2008, 2010, 2012, 2013, 2015, 2016, 2017, 2018) e Duarte e Castro (2014), em seus estudos, preveem a existência de quatro arquiêneros:

(a) o factual, que, centrando sua atenção nas funções informativa e educativa da televisão, reúne um conjunto virtual

de textos televisuais que tomam como referência o mundo real, exterior à mídia televisão, construindo, do ponto de vista discursivo, uma *metarrealidade*, e comprometendo-se com a veridicção.

Seu propósito seria, em princípio, o de apresentação desse mundo exterior. Nesse tipo de realidade discursiva, a televisão fica comprometida com a veridicção – com a verdade e fidelidade aos acontecimentos noticiados, com os atores sociais envolvidos. Ela assume um contrato comunicativo pautado até mesmo por legislação específica, que a obriga a buscar fontes confiáveis para o discurso veiculado, a convocar testemunhas dos acontecimentos relatados que confirmam credibilidade aos relatos apresentados, pois o regime de crença que propõe é o da verdade (Duarte, 2004, p. 82).

(b) o ficcional, que, centrando sua atenção na função de entretenimento da televisão, reúne um conjunto virtual de textos televisuais, os quais, embora tomem como referência o mundo real, exterior à mídia televisão, constroem, a partir dele, do ponto de vista discursivo, uma *suprarrealidade*, cujo compromisso não é com o dizer verdadeiro, mas com a verossimilhança, com a coerência interna do discurso produzido.

A suprarrealidade seria aquele tipo de realidade veiculada pela televisão que não tem compromisso direto com o mundo exterior, mas com uma coerência interna ao discurso que produz, constituindo-se naqueles produtos ficcionais – subgênero novela, minisséries, seriado, telefilme – que têm por base a verossimilhança, pautando-se pelas leis, convenções e regras da ficção. Propõe uma suspensão do regime



de crença, isto é, das exigências de confronto com o mundo exterior. Seu propósito seria, em princípio, o de construção de uma realidade que não se submete ao confronto com o mundo real, mundo natural (Duarte, 2004, p. 83).

(c) o simulacional, que, centrando sua atenção na função de entretenimento da televisão, reúne um conjunto virtual de textos que tomam como referência um mundo paralelo – criado no interior do próprio meio, transitando entre o mundo real e o mundo ficcional –, construindo, a partir dele, do ponto de vista discursivo, uma *pararrealidade*, e comprometendo-se com a hipervisibilização, como equivalente à veridicção. Esse mundo artificial e um roteiro falsificado substituem o real.

Esse tipo de realidade discursiva não fala do exterior: fala de si mesmo, do próprio meio. A relação que se instaura é de substituição e equivalência entre o real paralelo e o discurso sobre ele. O compromisso assumido é com a *exibição*, com a exposição, com a hipervisibilização, como se ver, fosse compreender; como se mostrar, substituísse o relato. [...] Seu propósito, em princípio, é o de visibilização plena: a televisão propõe um real artificial, configurado como um jogo – um outro mundo cheio de regras e mágicas para os quais transporta atores sociais, participantes, apresentadores e os próprios telespectadores, para, a seguir, os transformar em atores discursivos de programas que giram em torno desse real artificial. Ocorre que o regime de crença que propõe – e aí residem suas incoerências e contradições – é também o de verdade; mais do que isso, de equivalência entre o real paralelo e sua visibilização (Duarte, 2004, p. 83).



(d) o promocional, que, centrando sua atenção na função de divulgação da televisão, reúne um conjunto virtual de textos televisuais, que podem tomar como referência tanto o mundo real como o paralelo, muitas vezes embaralhando-os, construindo, a partir deles, do ponto de vista discursivo, uma *plurirrealidade*, cujo compromisso é com a veridicção.

O gênero promocional, combina dois planos de realidade discursiva: um plano referencial, responsável pela correspondência direta entre o mundo real e o discurso (é a ênfase de realidade); e um plano ficcional, de semelhança entre o mundo e o discurso (é a dimensão simbólica do texto). No primeiro plano, o discurso busca, o mais possível, imprimir verdade, permitindo a construção de um regime de crença da ordem da veracidade dos fatos; no outro plano, o resultado é a construção de um discurso que parece verdadeiro, dando ao telespectador a noção de proximidade (pela fantasia, pelo sonho, pela ficção) com os fatos da realidade (Castro, 2007, p. 134).

Os gêneros funcionam, assim, como substância de uma forma que sobre eles se projeta, decorrente da articulação entre subgêneros e formatos, e não possuem outra existência possível além de ser uma substância em-formada por essa projeção. Esse entendimento de gênero, como pertencente à ordem da virtualidade, mobiliza categorias e subcategorias que se atualizam como distintos subgêneros e formatos.

Assim, se o gênero é da ordem da virtualidade, o subgênero é da ordem da atualização – *no limiar do discurso*. *Oferece ao texto não só objetos de que ele pode falar, como um feixe*



de relações que funcionam como pré-requisitos para que se possa nele ingressar enquanto prática discursiva e sociocultural (Duarte, 2017, p. 22). Mais ainda, se se prevê a existência de quatro gêneros televisuais – o factual, o ficcional, o simulacional e o promocional –, os subgêneros são bem mais numerosos e dizem muito mais em relação a um determinado produto televisual; comportam uma quantidade maior de informações sobre o seu pertencimento, possibilitando que o telespectador identifique, de pronto, o tipo de texto que lhe está sendo ofertado, qual tipo de realidade discursiva se propõe a construir, e como deve com ele interagir.

Mas é o formato, da ordem da realização, quem manifesta um dado produto televisual, podendo, ou não, até mesmo reunir e combinar vários subgêneros em uma mesma emissão. O formato “é o processo pelo qual passa um produto midiático, desde sua concepção até sua realização. Trata-se do esquema que dá conta de sua estruturação, constituído pela indicação de uma sequência de atos que se organizam a partir de determinados conteúdos” (Duarte, 2017, p. 22). Desse modo, cenários, lugares, atores, protagonistas, linhas temáticas, modalidades de transmissão, finalidades e tom, configuram, distinguem e conferem identidade a um determinado formato televisual.

Assim, o gênero factual atualiza-se sob diferentes subgêneros, tais como: telejornais, documentários, reportagens, entrevistas, debates, plantão de notícias, entre outros. Cada um desses subgêneros realiza-se em formatos espe-



cíficos: *Hora 1*, *Bom Dia Brasil*, *Jornal Hoje*, *Jornal Nacional* e *Jornal da Globo* são formatos pertencentes ao subgênero telejornal; *Globo Repórter* e *Profissão Repórter*, são formatos pertencentes ao subgênero documentário; *Programa do Bial*, *Encontro com Fátima Bernardes* e *Mais Você* são formatos pertencentes ao subgênero entrevista/programa de auditório.

O gênero ficcional atualiza-se sob diferentes subgêneros, tais como: telenovela, séries, seriados, *sitcoms*, entre outros. Cada um desses subgêneros realiza-se em formatos específicos: *Malhação*, *Éramos Seis*, *Bom Sucesso* e *Amor de Mãe* são formatos pertencentes ao subgênero telenovela; *Treze Dias Longe do Sol*, *Entre Irmãs*, *Cidade dos Homens* e *Carcereiros* são formatos pertencentes ao subgênero série.

O gênero simulacional atualiza-se sob diferentes subgêneros, tais como: jogos, concursos, *reality shows*, entre outros. Cada um desses subgêneros realiza-se em formatos específicos: *The Voice Brasil*, *The Voice Kids*, *Big Brother Brasil*, *Pop Star*, entre outros.

Também o gênero promocional atualiza-se sob diferentes subgêneros, tais como: *merchandising*, publicidade, programa, ação socioinstitucional, chamada, *insert*, entre outros. Cada um desses subgêneros realiza-se em formatos específicos.

Além das articulações que os textos mantêm com o seu modelo, eles estabelecem ainda relações de conjunção com outros textos que o precedem e/ou sucedem na cadeia sintagmática. Em razão disso, não só sua grade de programação é



cuidadosamente organizada, como eles são concebidos com respostas a um estado de coisas que os relacionam com outros discursos.

E, nesse diálogo entre textos, empregam-se as mais complexas e distintas estratégias, como por exemplo: a transposição/reapresentação integral de textos; a recuperação de fragmentos; a alusão direta ou indireta; o encadeamento discursivo; o embaralhamento de mundos e/ou produtos; a autorreflexividade e/ou a metadiscursividade, entre outros.

Nessa instância intertextual, em síntese, os textos além das relações que mantêm com seu entorno comunicativo e enunciativo, contraem correlações com outros textos tanto de caráter paradigmático, como de caráter sintagmático.

A *intertextualidade paradigmática* dá conta das relações do texto com o seu paradigma, isto é, com o modelo textual adotado – traços de semelhança e dessemelhança. Isso porque todo texto é construído tendo como base outros textos, seja para com eles romper, seja para propor novos modelos.

A *intertextualidade sintagmática* corresponde às relações que um dado texto contrai com outros textos que o precedem e/ou sucedem na cadeia sintagmática. De acordo com Duarte e Castro (2014), todo o texto é construído em resposta a um texto anterior; é produzido para esclarecer, contrapor ou julgar e, assim, atualizar outras falas e oferecer novos espaços para a sua manifestação. Essas vozes, embora muitas vezes implícitas, reverberam dentro dos textos programas, colocando em jogo dispositivos discursivos e expressivos.

Articulações intratextuais

A semiótica greimasiana concebe a *narratividade* como instância geradora da significação, cuja existência virtual é pressuposta em qualquer manifestação discursiva, que comporta três níveis estruturais. Trata-se de uma disposição gerativa e hierárquica, cujos níveis implicam e pressupõem uns aos outros: a instância fundamental e a instância narrativa, que integram a estrutura semionarrativa, e a instância discursiva, ligada à enunciação.

Essa inter-relação, ou sucessão de patamares, pressupõe-se mutuamente, isto é, cada um dos patamares, articula-se com os anteriores, complementando-os e dotando-os de maior complexidade. A instância fundamental, mais simples e abstrata, caracteriza-se pela oposição de temas e valores; a instância narrativa, mais complexa e intermediária, caracteriza-se pela inserção dos sujeitos e objetos de valor; e a instância discursiva, mais superficial e concreta, caracteriza-se pela sua articulação com a enunciação.

Cada um desses três níveis estruturais comporta uma gramática própria, cujos componentes são a sintaxe e a semântica: a sintaxe diz respeito ao estudo das combinatórias sígnicas e à maneira como se unem para exprimir os pensamentos; e a semântica refere-se ao estudo dos sentidos e da significação, configurando-se “como uma tentativa da descrição do mundo das qualidades sensíveis” (Greimas, 1973, p. 16).

A proposta greimasiana tem um caráter geracional: ao buscar compreender os sentidos do texto, examina a estrutura

que os organiza e sustenta, indo dos valores opositivos e dos percursos e objetos de valor que os sujeitos colocam em jogo, às estratégias utilizadas pelo enunciador para manifestá-los.

Dessa forma, a narratividade pode, em síntese, ser compreendida como o encadeamento de três níveis ou instâncias estruturais que se articulam a partir de uma lógica causa/consequência/meio/fim, cujos termos se pressupõem mutuamente: cada um desses níveis comporta uma sintaxe e uma semântica.

A instância fundamental, da ordem do universal, é comum a todos os homens. Trata-se da estrutura mais profunda que representa, de forma simples e abstrata, o ponto de partida da construção do conteúdo de qualquer texto, sobredeterminando as 36 condições de existência dos objetos semióticos. Essa instância determina as unidades mínimas a partir das quais são produzidos os sentidos de uma narrativa.

A instância narrativa e intermediária, da ordem do cultural e ideológico, é mais superficial; recupera os valores da instância fundamental e, no processo de narrativização, os transforma em objetos a serem buscados pelos sujeitos da narrativa.

A instância discursiva, da ordem da enunciação, é a mais superficial e próxima da manifestação textual, representando a estrutura mais complexa e concreta da narratividade, visto que manifesta às escolhas discursivas operadas pelo enunciador quanto ao modo de contar sua narrativa: “as estruturas discursivas, menos profundas, são encarregadas de retomar as estruturas semióticas de superfície e de ‘colocá-las em



discurso’, fazendo-as passar pela instância de enunciação” (Greimas; Courtés, 2013, p.234). A instância discursiva também possui a sua gramática própria, a qual corresponde uma semântica e uma sintaxe.

O nível discursivo comporta dispositivos de caráter semântico – tematização e figurativização – e dispositivos de caráter sintático – actorialização, espacialização e temporalização –, a serem operados pelo sujeito da enunciação.

Assim, o enunciador, em seu processo de discursivização, conta, do ponto de vista semântico, com os dispositivos de *tematização* e *figurativização*, que lhe possibilitam retomar os valores colocados em jogo no nível fundamental, já atualizados na junção com os sujeitos do nível narrativo, e os trabalhar, de maneira difusa ou concentrada, sob a forma de temas. Da mesma maneira, o dispositivo de figurativização, oferece ao enunciador inúmeras possibilidades de figurativização desses temas, com vistas a investi-los semanticamente via figuras reconhecíveis pelo enunciatário. A figurativização do discurso prevê duas fases: “a figuração propriamente dita, que responde pela conversão dos temas em figuras, e a iconização que, tomando as figuras já constituídas, as dota de investimentos particularizantes, suscetíveis de produzirem a ilusão referencial” (Greimas; Courtés, 2013, p. 251).

Os procedimentos referentes à manifestação desses dois dispositivos são múltiplos – existem inúmeras possibilidades de figurativização de um único tema.

Já a sintaxe discursiva comporta, ao menos, três dispositivos: *actorialização*, *temporalização* e *espacialização* que, quando acionados pelo enunciador, instituem os atores do discurso, conferindo identidade aos sujeitos do nível narrativo; transformando as lógicas narrativas em história; definindo o tempo e o espaço em que essa história se realiza. Quanto ao dispositivo de *actorialização*, sua característica principal é oferecer ao enunciador diferentes possibilidades de instituição dos atores discursivos, ou seja, de retomada dos sujeitos do nível narrativo, caracterizando-os e dotando-os de nomes e funções.

Já o dispositivo de *espacialização* tem por função definir os espaços em que se passa a narrativa, comportando, assim, os procedimentos de localização espacial e de programação especial.

Os procedimentos de *embreagem* e *debreagem* são responsáveis pelos efeitos de retorno à enunciação ou de retirada do enunciado da instância da enunciação.

Quanto ao dispositivo de *temporalização*, ele tem por função produzir os efeitos de temporalidade, isto é, de transformar a organização narrativa em história, comportando, assim, os procedimentos de programação temporal, localização temporal e aspectualização.

Além desses cinco dispositivos, pode-se considerar também um outro, denominado *tonalização* (Duarte, 2004; 2010), que representa o ponto de vista sobre o qual a narra-

tiva quer ser lida, isto é, confere-lhe uma combinação tonal e formas de interpelação do enunciatário.

Os dispositivos expressivos, por sua vez, referem-se aos mecanismos, pertencentes a diferentes níveis de linguagens, e às operações decorrentes do emprego de meios técnicos.

Os diferentes dispositivos discursivos colocam, cada um deles, a serviço do enunciador, inúmeros virtuais procedimentos para que ele então opere suas escolhas. À cuidadosa seleção e articulação, dentre essas possibilidades ofertadas, é que se denomina estratégia(s) discursiva(s).

Considerações finais

A Semiótica, como se pode ver, coloca à disposição do pesquisador um extenso e detalhado aparato teórico-metodológico que opera em distintos níveis textuais aos quais ele só vai convocar dependendo dos propósitos de sua investigação.

Seriam, nessa perspectiva, as intenções e objetivos de uma pesquisa que definiriam o que deve compor a textualidade, objeto material de uma análise semiótica. Sim, porque os textos vão muito além de si mesmos, ultrapassam seus limites formais, demonstram e apontam sua suplementaridade, não podendo ficar enquadrados em fronteiras restritas.

Em síntese, o texto televisual, embora nem sempre explicita, mantém relações que vão além dos temas, figuras, atores, tempos, espaços e tons, isto é, sua própria intratextualidade (discursiva e expressiva). Isso porque ele é fruto da relação



contraída com o seu entorno histórico, social, econômico, cultural, bem como seu contexto de produção, compreendendo as peculiaridades de sua emissão, o perfil do enunciador e o seu objetivo em relação ao enunciatário, compreendidos pela paratextualidade (comunicativa e enunciativa). E, ainda, a relação que o texto televisual em investigação contrai com o seu modelo textual e com outros que o precede e/ou sucede, isto é, a intratextualidade (paradigmática e sintagmática).

Referências

CASTRO, Maria Lília Dias de. Do gênero ao formato promocional televisual. In: DUARTE, Elizabeth Bastos; CASTRO, Maria Lília Dias de, org. **Comunicação audiovisual: gêneros e formatos**. Porto Alegre: Sulina, 2007.

DUARTE, Elizabeth Bastos. Televisão: das lógicas às configurações discursivas. **Significação: revista de cultura audiovisual**, São Paulo, volume 29, número 27, p. 77- 93, junho 2002.

DUARTE, Elizabeth Bastos. **Televisão: ensaios metodológicos**. Porto Alegre, Sulina, 2004. Col. Estudos sobre o audiovisual.

DUARTE, Elizabeth Bastos. Televisão: sobre o tom do tom. In: Encontro Anual da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, 14., 2005, Niterói. **Anais da Compós**. Niterói: Compós, 2005.

DUARTE, Elizabeth Bastos. Reflexões sobre os gêneros e formatos televisivos. In: DUARTE, Elizabeth Bastos; CASTRO, Maria Lília Dias de, org. **Televisão: entre o mercado e a academia**. Porto Alegre: Sulina, 2006, p. 19-30.

DUARTE, Elizabeth Bastos. Telejornais: incidências do tempo sobre o tom. In: DUARTE, Elizabeth Bastos; CASTRO, Maria Lília Dias de, org. **Comunicação audiovisual: gêneros e formatos**. Porto Alegre: Sulina, 2007, p. 35-57.

DUARTE, Elizabeth Bastos. Televisão: entre gêneros, formatos e tons. In: SAID, G. (Org.). **Comunicação: novo objeto, novas teorias?** Teresina: Edufpi, 2008. p. 95-112.



DUARTE, Elizabeth Bastos. Televisão: desafios teórico-metodológicos. In: BRAGA, José Luiz; LOPES, Maria Immacolata Vassalo de; MARTINO, Luiz Claudio, orgs. **Pesquisa empírica em comunicação**. São Paulo: Paulus, 2010, p. 227-248.

DUARTE, Elizabeth Bastos. Sitcoms: das relações com o tom. In: SANTOS, Roberto Elísio dos; ROSSETTI, Regina, org. **Humor e riso na cultura midiática**. São Paulo: Paulinas, 2012.

DUARTE, Elizabeth Bastos. Como caracterizar qualidade em relação à produção da Rede Globo de Televisão? **Estudos em Jornalismo e Mídia**, Florianópolis, v.10, n. 2, p. 326-339, 2013.

DUARTE, Elizabeth Bastos. Reflexões: os sentidos sociais da programação. **Intexto**, Porto Alegre, UFRGS, n. 33, p. 28-45, maio/ago. 2015.

DUARTE, Elizabeth Bastos. **Enfrentando o televisual: desafios teórico-metodológicos**. Aula Magna proferida na Universidade Católica de Brasília, novembro de 2016.

DUARTE, Elizabeth Bastos. Gêneros televisivos e entretenimento na televisão. In: FRANÇA, Vera Veiga; COHEN, Evelyne; GOMES, Itânia Maria Mota (Orgs.). **Gêneros midiáticos e identidades**. Belo Horizonte: PPGCOM UFMG, 2017.

DUARTE, Elizabeth Bastos. **Metadiscursividade e autorreflexividade como estratégias promocionais, (no prelo)**. In: Animus: Revista Interamericana de Comunicação Midiática. Santa Maria: NedMídia, 2018.

DUARTE, Elizabeth Bastos; CASTRO, Maria Lília Dias de. Produção midiática: o ir e vir entre teoria, metodologia e análise. In: BARICHELLO, E.M.M.R; RUBLESCKI, A. S. **Pesquisa em comunicação: olhares e abordagens**. Santa Maria: FACOS, 2014, p.67-87.

DUARTE, Elizabeth Bastos; CASTRO, Maria Lília Dias de. **Da teoria à aplicação: detalhamento metodológico (material didático PPGCOM/UFSM)**. Porto Alegre: 2014b.

ECO, Umberto. **Lector in fabula**. São Paulo: Editora Perspectiva, 1986.

FABBRI, Paolo. **El giro semiótico: las concepciones del signo a lo largo de su historia**. Barcelona: Gedisa, 1999.



FONTANILLE, Jacques. **Práticas semióticas: imanência e pertinência, eficiência e otimização.** In: DINIZ, Maria Lúcia Vissotto Paiva; PORTELA, Jean Cristtus. (org). *Semiótica e mídia: textos, práticas, estratégias.* Bauru: UNESP/FAAC, 2008.

GOMES, Itania Maria Mota. Das utilidades do conceito de modo de endereçamento para análise do telejornalismo. In: DUARTE, Elizabeth Bastos; CASTRO, Maria Lília Dias de (Orgs.). **Televisão: entre o mercado e a academia.** Porto Alegre: Sulina, 2006, p. 107-124.

GREIMAS, A. J. L'Énonciation (une posture épistémologique). **Significação: revista de cultura audiovisual,** São Paulo, n. 1, p. 01-25, agosto 1974.

GREIMAS, A. J.; COURTÉS, J. **Dicionário de semiótica.** São Paulo: Contexto, 2013.

HJELMSLEV, Louis. **Prolegômenos a uma teoria da linguagem.** São Paulo: Perspectiva, 2013.

JOST, François. **Seis lições sobre televisão.** Porto Alegre: Sulina, 2004.

JOST, François. **Compreender a televisão.** Porto Alegre: Sulina, 2007.

JOST, François. Em nome do real. In: DUARTE, Elizabeth Bastos Duarte; CASTRO, Maria Lília Dias de (Orgs.). **Televisão: entre o mercado e a academia.** Porto Alegre: Sulina, 2006. p. 285-300.

JOST, François. **Pour une télévision de qualité.** Bry-sur-Marne: INA Éditions, 2014.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia.** Rio de Janeiro: UFRJ, 2009.

SOUZA, Gabriel. **A reiteração do mito da qualidade: ações (auto)promocionais empreendidas por um conglomerado de mídia.** 2020. Tese (Doutorado em Comunicação) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, 2020.



ANALÍTICA DA MUDIATIZAÇÃO: O ESTUDO DE CAPAS PLATAFORMIZADAS

**Ada C. Machado da Silveira
Bruno Cordeiro dos Santos**

O presente texto integra um conjunto de reflexões dedicadas a pensar sobre a possibilidade de ensinar o labor científico da investigação, registrando indagações e propondo procedimentos para a prática metodológica acadêmica (Silveira; Barrichello, 2014). Para tanto, consideramos que uma formulação sistemática de técnicas intelectuais está ligada à cultura filosófica e à maturidade reflexiva já desenvolvidas por um pesquisador, seja ele jovem ou maduro (Folscheid; Wunenburger, 2002).

Nos estudos de jornalismo, temos observado que a análise de capas de jornal ou de revista desafia as formulações apresadas daqueles que as tomam por objeto empírico simplista, banal ou prosaico, desvestido de importância para empreender uma análise com rigor teórico e metodológico. As capas de jornal, por exemplo, aparecem diariamente como referência da agenda noticiosa de telejornais de emissoras públicas como a RAI (Rádio e Televisão Italiana), ou a TVE (Televisão Espanhola), ou a privada RTP (Rádio e TV Portuguesa).

Assim, retomamos aqui e buscamos aprofundar meto-



dologicamente uma questão anteriormente enunciada e que indagava sobre “o que é uma capa jornalística produzida no contexto plataformizado de uma sociedade midiaticizada” (Hartman; Fanfa; Silveira, 2020, p.107). Atentamos para o fato de que, quando tratamos da tematização comparativa entre capas jornalísticas circulantes em plataformas, estamos propondo o desenvolvimento de uma proposta analítica da midiaticização, dando continuidade a procedimentos de alguns estudos de nosso grupo de pesquisa conforme expomos à continuação.

Persegue-se assim o estudo da lógica midiática em abrupta adaptação às plataformas digitais, ao tomar as capas como unidade de análise empírica a ser estudada, sejam elas de jornais diários ou de revistas semanais, às observamos reconfiguradas no acoplamento estrutural das mídias em convergência. A questão da produção de sentido se vê renovada e impacta na abordagem investigativa adotada, dado que os coletivos sociais agregados em plataformas necessitam ser reconhecidos nas condições inauguradas por plataformas online e estruturas sociais (Van Dijck, 2013). Emergem controles produzidos por atores, actantes, audiências e atividades que dispõem de uma variedade de recursos (*robôs, deep fakes, trolls, amateurs*), desafiando lógicas midiáticas implantadas pelos chamados meios históricos (TV, rádio, cinema, revistas e jornais impressos). Sua construção supõe optar entre regras e recursos institucionais limitados por características estéticas e tecnológicas, nas quais um



elemento canônico do jornalismo impresso como as capas encontra-se em processo de revisão. As antigas regras que definiam seu uso necessitam agora produzir interações para gerar valor e realizar sua distribuição dentro de um novo ecossistema de maneira a assegurar a manutenção de sua hegemonia no ambiente midiático agora em hiperconectividade.

O texto está estruturado em quatro seções. Inicialmente abordamos as capas de revista, considerando seu surgimento no ambiente gráfico e sua progressiva evolução para o ambiente digital. Na seção seguinte, argumentamos sobre a relação entre capas e identidades sociais, uma articulação que se revela fundamental para a renovação dos contratos de leitura na nova ambiência midiática. A seguir tratamos dos elementos considerados definidores do que temos como uma abordagem analítica da midiatização das capas no contexto de passagem das mídias gráficas para a plataforma digital. Abordamos os procedimentos de método necessários para realizar seu estudo empírico. Por fim, abordamos o novo ordenamento metodológico necessário para compreender a progressiva incorporação de elementos inovadores no uso das capas em mídias sociais.



As capas de revista e de jornal

As revistas nem sempre foram como conhecemos. Nasceram há mais de 300 anos quando eram compostas apenas por duas páginas cujos *layouts* contavam com blocos de textos rígidos sobre informações cotidianas, sem imagens ou ilustrações. Com os avanços sociais, culturais e tecnológicos, o produto editorial aperfeiçoou as formas de comunicar e evocar sentimentos, acompanhou os desejos de cada público para o qual se dirigia, marcou época, impulsionou atores sociais e oportunizou o debate em amplas frentes de luta política, dando acesso a bens comuns. Ela educou diversas gerações e sobreviveu a inúmeros cenários catastróficos, como as guerras, que impossibilitaram a comercialização do papel, e à censura, evento que há pouco menos de meio século fez parte do cotidiano dos brasileiros. Dessa maneira, foram necessárias novas alternativas de circulação a fim de garantir a sobrevivência do produto editorial em meio a turbulências, assim como direcionar o olhar atento para o nicho para o qual elaborava conteúdos para entender os anseios e necessidades de seus leitores.

Buscando traçar um panorama geral, as revistas nasceram e foram extintas com frequência por inúmeros motivos ao condicionar seu sucesso não apenas ao conteúdo, mas também à junção de elementos essenciais para sua postergação frente a dezenas de títulos com formas e conteúdos semelhantes (Ali, 2009; Scalzo, 2004). As capas são espaços institucionalizados para compartilhar e construir valores sobre cada



revista (Bertasso, 2014), uma espécie de resumo persuasivo em relação aos conteúdos que compõem a linha editorial do que vem a seguir no miolo da revista. Da mesma maneira, uma capa referenda que as revistas notadas pelo público em virtude do formato, identidade visual e outros elementos gráficos, como design e imagens que fundamentam o reconhecimento da revista e seu título.

Os estudos relacionados às capas de revistas tensionam escopos tradicionais de sua constituição, desde a análise dos elementos verbo-visuais, a partir da figurativização de atores, cores, tipografias e chamadas, os quais servem como textos de apoio para a enunciação de páginas subsequentes. No Brasil, o debate traz asserções a respeito das fundamentações teóricas e mercadológicas das capas de revistas frente aos avanços tecnológicos, rupturas com paradigmas tradicionais de enunciação e entrelaçamentos que contribuem para a pulverização dos conteúdos, tomando novos rumos e conquistando vozes amplificadas para denotar os próximos passos das publicações em busca de terreno fértil para a manutenção das condições de financiamento, assim como configurações impulsionadas pelos ordenamentos midiáticos (Ali, 2009; Buitoni, 2013; Casagrande, 2020; França, 2013; Hartmann, Fanfa, Silveira, 2020; Scalzo, 2004; Schwaab; Tavares, 2013; Storch, 2013; Vieira, 2022).

A capa de revista, à diferença da capa de jornal, explorou o efeito estético e a frivolidade na busca de impactar o leitor. Indagamos se tal aspecto teria contaminado os pesquisa-



dores quando desdenham a importância do estudo de capas, remetendo a uma pretensa imperiosidade de seu estudo conjugado com a análise da matéria em destaque.

Uma explicação possível decorre de que a cultura jornalística do hemisfério Norte é responsável por uma diagramação austera e plena de conteúdos. Progressivamente, a prática foi se alterando e produzindo concessões de ênfase comercial ao promover a tematização de temas polêmicos com destaque nas capas, conforme se disserta a continuação, pelas peculiaridades atinentes ao âmbito da cultura midiática em que se desenvolvem.

No Reino Unido, por exemplo, a diferenciação entre as capas dos jornais *The Times* ou *The Sun* prescrevem uma distinção de temas que definem suas respectivas linhas editoriais. Enquanto o primeiro se dedica a temas de política ou economia, o segundo dedica-se a promover celebridades, o que está evidente em suas chamadas e fotos de capa (Bignell, 2002, p.93).

Dos Estados Unidos tomamos a argumentação de Butler (2011) quando ressalta que a representação da alteridade se vincula com a (des)humanização. A autora chama a atenção para a procedência do uso de critérios que vinculam ética e moralmente com o Outro. As capas do jornal *New York Times*, conforme exemplifica, exibiram fotos dos corpos de soldados norte-americanos mortos pelo regime de Saddam no Iraque, as quais foram publicadas em detrimento de



imagens dos soldados iraquianos mortos por forças dos Estados Unidos (Butler, 2011, p.30).

Sugerimos tratar-se de um percurso em que as capas passaram de exercer a condição de porta-voz da linha editorial, para a promoção de um acontecimento midiaticado, configura-se, assim, em “porta de entrada” de uma edição (Valdettaro, 2003).

Formalmente o jornalismo profissional e a edição de revistas são entendidos como mídia de comunicação técnica e o abandono do modelo de negócio de empresas jornalísticas independentes para conglomerados de mídia proporciona muitas questões. A drástica redução no volume de assinaturas no contexto digital (Feres Júnior, 2024) proporcionou o revigoramento da chamada de capa nas pequenas telas das mídias sociais. A conversão de atributos de capa de jornal ou de revista que evolui da versão impressa para aquela que melhor circula em plataforma digital busca a expansão do universo de leitores. Emergem novos processos, dentre os quais está o que se denomina jornalismo de plataforma, o qual responde a transformações profundas que incidem nos contextos profissional, empresarial, tecnológico e social da atividade de publicações operadas por via midiática.

Assim, em franca implantação, o jornalismo de plataforma dá a ver a redefinição do campo informacional como um todo, bem como os princípios de legitimação em contexto numérico ou datificado. As consequências para as esferas pública e privada demandam argumentos para sua proteção mobili-



zados no debate sobre a regulação de plataformas. Posições como o isolacionismo nacionalista de um lado e, de outro, a emergência do multilateralismo, estão no cerne da ação das plataformas como negócio e como circulação de conteúdos. As empresas que as controlam estão interessadas na datificação de seus usuários e a proteção de dados pessoais é débil. Neste contexto, emergem temas que mobilizam a opinião pública e estão estruturados de forma a reconhecê-los como identidades sociais.

Capas e identidades sociais

A tematização de identidades sociais constitui-se numa estratégia comunicativa de organizações midiáticas ocupadas em mediar as relações sociais em situações complexas e que envolvem acontecimentos polêmicos (Moresco; Ribeiro, 2015). O reconhecimento midiático de uma identidade social requisita dados relativos ao pertencimento grupal, filiação categórica ou ao sistema de crenças, por exemplo.

Neste sentido, atentamos que a prática recorrente na cobertura noticiosa projetada nas capas corresponde à operacionalização de noções pertinentes a classificações de identidades sociais, aos atores que ali comparecem, tematizando-as com histórias de soldados, trabalhadores, políticos, artistas, desportistas e tantos outros.

No Brasil, ao estudando sistematicamente as capas de revistas semanais de circulação nacional publicadas após o Plano Real (1994), até o ano de 2015, o Grupo de Pesquisa



Comunicação, Identidades e Fronteiras da Universidade Federal de Santa Maria identificou uma virada no discurso jornalístico sobre a periferia. Em Silveira et al. (2016, p. 202) analisou-se que a emergência da identidade social do “país da periferia” (expressa em edição de *Veja* de 2014), em oposição à anterior representação que a tomava enquanto “cinturão de miséria” (na mesma revista em 2001), posteriormente ressignificada como “exército de consumidores”, foi uma denominação criada em prol do reconhecimento de uma nova parcela de consumo midiático do impresso.

De outra maneira, a eleição dos atores destacados nas capas também pode ser analisada por operações que podem ser reconhecidas metodologicamente como subinclusão, super inclusão, interseccionalidade, estereotipização ou investimento, dentre outras possíveis.

A subinclusão e seu oposto, a super inclusão, respondem pela seleção de conteúdos postos à disposição de uma edição e são aqui exemplificadas com a análise de Vieira (2022). A partir de um exaustivo trabalho sobre as edições brasileiras da revista *Marie Claire*, a autora recolheu a atividade de subinclusão e super inclusão de mulheres negras nas suas capas no presente século. Para realizá-lo, procedeu a seu agrupamento em conformidade às categorias analíticas de subinclusão e super inclusão (Crenshaw, 2002). Como resultado, Vieira (2022) demonstrou um outro tipo de virada editorial nas capas estudadas. As mulheres negras começaram a despontar na ocupação do espaço de privilégio das capas com maior assi-



duidade com o passar dos anos permitindo a reflexão sobre como e quando são disponibilizados e sua comparação com a predominância das mulheres brancas. O resultado da extensa análise coloca em xeque o discurso midiático das revistas e seus posicionamentos frente às transformações tecnológicas definidas pelo mercado de maneira que foi possível perceber que mulheres negras são efetivamente figurativizadas em espaços de privilégio midiático como as capas, sob a prerrogativa de algum ato secundário, como: comemoração dos anos de carreira, lançamentos de álbuns, novelas, filmes e demais produtos dramatúrgicos, prêmios, dentre outros eventos que servem de plano de fundo para justificar a distinção.

Vieira (2022) elege ainda procedimentos de análise interseccional ao debruçar-se sobre os aspectos de mulheres não-brancas dispostas longe de referenciais estéticos impostos justamente pelos estereótipos advindos das lógicas hegemônicas. A categoria da interseccionalidade sugere que nem sempre lidamos com grupos distintos de pessoas e sim com grupos sobrepostos. Seu estudo requisita a compreensão de uma totalidade, percebida em lugar da discriminação de variáveis mutuamente excludentes (Collins; Bilge, 2021).

Os estereótipos são constantemente mobilizados e podem ser reconhecidos em valores como branquitude, cisgenderidade e patriarcado. Nesta condição, a interseccionalidade demonstra como as mulheres que fogem dos paradigmas impostos pelos estereótipos são promovidas a partir da mobilização de um background e não por algum acontecimento de destaque, conforme ocorre com qualquer mulher branca.



Prosseguindo com o estudo da estereotipização enquanto categoria de análise de identidade social, consideramos que ela é tomada a partir do reconhecimento de lógicas hegemônicas promulgadas há séculos e suas condições de fomento ao controle do pensamento, às normativas de certo/errado impostas socialmente, ao condicionamento de gostos e fatores sociais, culturais e comportamentais que nos constituem enquanto sujeitos. Os estereótipos viabilizam o confronto com diferentes narrativas e olhares facilitados pela midiatização ao romper barreiras através das telas. Nesse sentido, os estereótipos designam significados a sujeitos, eventos, comportamentos e atividades (Bhabha, 2013; Fanon, 1991; Said, 1990). Como estratégia discursiva, o estereótipo se ancora na legitimidade herdada de valores coloniais e hegemônicos para reiterar os mesmos sentidos e significados conforme a demanda social (Bhabha, 2013). A estereotipização, como prática significante, “reduz, essencializa, naturaliza e fixa” (Hall, 1997, p.258). E a estereotipização como procedimento próprio da colonialidade talvez seja o procedimento mais reconhecido nos estudos de Comunicação e por isto não vamos nos deter em sua exemplificação.

O investimento na discursivização de aspectos passionais permitiu a Casagrande (2021) sustentar que ele configura o *modus operandi* do jornalismo em suas capas. Em sua tese de doutorado ele analisou cerca de uma centena de capas de jornais brasileiro e selecionou 45 delas, demonstrando como as marcas discursivas passionais revelam posicionamentos



editoriais a respeito da eliminação da Seleção brasileira na Copa do Mundo de Futebol de 2014. A partir disso, ele concluiu: “A capa é a página mais importante, o espaço gráfico que mais recebe atenção e que proporciona uma síntese da edição diária de um jornal. Sua constituição se dá a partir de uma hibridização entre a esfera jornalística e a esfera promocional” (Casagrande, 2021, p.51).

O que o autor denomina de investimento temático-figurativo constituinte das capas contempla ideias, valores, pensamentos e argumentos num plano abstrato (tematização). Já o investimento na figurativização conecta os temas selecionados para a capa com o mundo natural dos leitores: “Temas e figuras são determinações sócio-históricas e ideológicas que possuem a função de revestir transformações de estado, relações entre sujeitos e objetos de valor e relações de conjunção e disjunção” (Casagrande, 2021, p.56).

É fundamental considerar que os elementos ícono-visuais engendrados na superfície discursiva das capas permitem desvelar significados sobre suas condições de produção e circulação e explicitam a postura editorial de seus enunciadores. É sabido que as capas veiculam fotografias e, através delas, ancoram sentidos estabelecidos nas manchetes e chamadas (Bignell, 2002, p.95).

A mobilização de recursos diversos resulta num discurso elaborado a partir de elementos intencionais que, por meio de um jogo de efeitos de sentido, propicia a leitura de uma realidade social e que, na perspectiva da mediatização, eviden-



cia-se como palatável para o desfecho do consumo de um produto que assim se faz midiático.

Um elemento de tematização recorrente explorado nas capas é o das identidades sociais, dado ser terreno fértil para estereotipizações e lugares comuns de ampla comunicabilidade. Valem-se de condições de noticiabilidade e recursos discursivos amplamente utilizados e que, assim, se convertem em senso comum fruto do consumo midiático sistematizado especialmente pelas mídias de redes sociais digitais.

Explorar a relevância de uma parcela populacional, por exemplo, as classes médias, as classes altas, e seu correspondente cenário econômico e social convergem para o propósito de capitalizar leitores, dado que tais conteúdos se projetam em favor do sentimento de pertença, rejeição ou admiração ao referido grupo social. É por tais vias que uma organização de mídia promove sua visibilidade jornalística, ademais de administrar o contrato de comunicação com sua comunidade de leitores (Charaudeau, 2015).

O Quadro 1 exemplifica a articulação de capas com as identidades sociais a partir de exemplos advindos de atividades correntes de produção da noticiabilidade oportunizada por sua projeção em capas de revista:



Quadro 1 - Articulação de capas e identidades sociais

Procedimentos articulatórios	Exemplos de identidades sociais
Tematização de temas polêmicos	Agendamento midiático, midiaticização e circulação
Mediação de relações sociais	Emergência de grupos periféricos
Subinclusão	Participação de grupos sociais minoritários a partir eventos externos: comemorações, datas comemorativas/reflexivas que compõem um background para inserção
Super inclusão	Hegemonia, Classe Social, Cisgeneridade
Interseccionalidade	Raça, Gênero, Classe Social
Estereotipização	Branquitude, Patriarcalismo
Investimento	Temático e Figurativo explorando a passionalidade de fãs

Fonte: Autores

Além do uso didático dos elementos verbais para explicitar o entendimento de uma dada linha editorial, eles também atuam regulando a relação de proximidade com seus leitores. São mecanismos que dificilmente estão assumidos nos cânones jornalísticos, dado que podem ser utilizados para postular veredictos ou emitir juízos sobre determinados acontecimentos. O enunciador busca mobilizar a interação com seu público e através das plataformas digitais têm a possibilidade de moderar o debate que resulta da exposição, enquadramento, angulação e outros recursos que a atividade de edição jornalística construiu.

A articulação promocional da leitura de revistas semanais e consumo popular, evidenciando a convocação de uma



presença positivada da identidade social de grupos periféricos em capas de revista, através da materialidade linguística e visual engendrada no propósito de efetivar sua atualização, altera camadas da memória social que sobre eles incidia. Foi o caso da exploração da emergência da “nova classe média” entre os anos 1994-2014 e que tantos novos leitores captou para as revistas semanais (Hartmann; Silveira, 2018). Naquele período foi possível observar a fabricação discursiva da identidade social dos habitantes das periferias metropolitanas, o que resultou na hipervisibilidade das favelas cariocas, um grupo social que anteriormente era reportado apenas por acontecimentos afetos à criminalidade (Silveira et al., 2016).

Ao discursivizar sobre a identidade social da alentada reportagem veiculada na edição, a capa atua na conversão dos atores destacados em consumidores jornalísticos, sensibilizando o universo do público leitor no plano emocional, abalizando a atualização cognitiva de temas muitas vezes desestimulados pela noticiabilidade midiaticizada. Mesclando aspectos publicístico-promocionais e editorialísticos, a capa de revista envolve o significado maior que o conjunto de matérias enfeixado naquela edição.

Analítica da midiatização

Desenvolver um percurso metodológico na perspectiva analítica da midiatização pressupõe considerar a adaptação de consagrados cânones gráficos de produção de uma capa em direção do reconhecimento de sua reconfiguração nas



plataformas digitais. Nessa etapa, temos que ponderar que a produção de uma capa demanda novos modos de captar, chamar atenção e, especialmente, figurativizar um conteúdo eleito para destaque da edição. Evidencia-se a importância de definir as condições de análise de uma capa, integrada metodologicamente em procedimentos de seleção que podem ser operados pela via da amostragem, normalmente considerando-se procedimentos quantitativos e estatísticos, ou qualitativos de construção de um *corpus* ou dos *corpora* que delas são extraídos, os quais são definidos a partir de critérios claramente estipulados (Bauer; Aarts, 2000).

A sobrecarga de informações no fluxo midiático cotidiano dá espaço para capas com calibre editorial repensado, organizado e pensado para ser um item de colecionador. Isso porque, com as informações possuindo tempo de validade cada vez mais curto, chamadas como “dicas”, “segredos”, “fórmulas mágicas” perderam espaço de denotação e conotação nas capas, fazendo com que o próprio contrato de comunicação precisasse também de um novo crivo de atualização. Dessa forma, as capas proporcionam experiências sensoriais mais profundas, ao trazer fotografias, fotomontagens, ilustrações e abstrações dignas de um trabalho editorial articulado às urgências. Oriundas de um manifesto da virada editorial, as capas podem ser idealizadas como quadros que, emoldurados, permeiam o tempo e aguçam novos sentidos aos espectadores, ainda carregando as marcas do tempo. No entanto, de certa forma elas ressignificam a atualidade a



partir de elaborações icono-visuais materializadas enquanto objeto e objeto-desejo de pertencimento ao tempo, estrutura, espaço, voz e autorizações.

A virada editorial, para além de corpos e manifestos sociais, sustenta-se enquanto fator mercadológico, publicitário e capaz de acompanhar as emergências institucionalizadas por prerrogativas impostas e insufladas pela midiatização. Contribuindo para o surgimento de configurações do produto editorial, a caracterização frente às plataformas está sendo constantemente repensada não apenas em níveis plásticos como cor, fonte e enquadramento, mas também nas lógicas de distribuição de conteúdo. Assim, a plataforma invoca uma orientação mercadológica a partir dos tráfegos de informação e entregas de conteúdos (exemplo, capa na mídia social Instagram) e o público precisa receber a publicação dentro do seu universo de consumo atrelado a condições definidas por princípios de economia da atenção.

A exemplo das orientações de performance e construção de capas no ambiente digital, o tamanho da capa disposto nas mídias sociais decorre de que necessariamente ela precisa de adequação e formatação menor que um produto impresso em vista do que comporta uma tela de *smartphone*, *tablet*, *laptop*, computador, dentre outros dispositivos eletrônicos. Esta normativa atinge consequentemente o fluxo de informação e tráfego nas mídias sociais porque revela que em tamanho reduzido a capa precisa cumprir com o contrato de comunicação ao informar, comunicar, explicitar valores,



ponderar o que necessita ser dito, sem perder sua processualidade e importância em meio a outros veículos e conteúdos com os quais compete na grande seara tecnológica.

Os processos algorítmicos, por sua vez, revelam as condições de ancoragem da capa frente à garantia de exposição de determinados conteúdos ao público desejado. Os algoritmos têm base associativa e estão organizados em oligopólios de empresas que detém o poder e os meios de concretizar seus objetivos, publicidade e veículos informativos conforme o demonstram largamente as mídias sociais digitais (Van Dijk; Poell; de Waal, 2018).

As plataformas operam em espectros mais amplos, em convergência com a midiaticização, moldando processos sociais e culturais, atravessados por veículos de mídia que passam a provar interações em concordância com as automatizações geradas pelas próprias plataformas e o desenvolvimento cada vez mais sofisticado de algoritmos e interfaces de captação de dados. Chega-se ao aspecto comum destas lógicas: a) promover novas ambiências socioculturais a partir de mecanismos plataformizados; b) driblar quaisquer obstáculos impositivos à mídia; c) prever fórmulas inovadoras de concepção de conteúdos, imagens e sons, para assim, dominá-los ou convertê-los a consumir conteúdos entregues e gerados por uma série de algoritmos que conhecem desejos, hábitos comportamentais e preferências dos usuários.



O quadro 2 apresenta os tradicionais e os novos atributos de uma capa, concebidos desde sua condição gráfica até sua conversão em capa em plataforma digital:

Quadro 2 - Atributos de uma capa

Recursos da capa gráfica	Recursos da capa em plataforma digital
Expressa a promocionalidade da linha editorial	Expansão do universo de leitores não assinantes
Expressa a posição ideológica de um veículo de mídia	Concede valor noticioso a acontecimentos da expansão do universo de novos leitores
Organiza os elementos significantes da edição	Materializa características de interação - negociação de sentidos
Confere primazia aos textos não-verbais	Explora qualidades narrativas ignoradas pela noticiabilidade modélica
Utilização do recurso a imagens ícono-visuais, cor e sintaxe visual	Apoio nas imagens semoventes
Economia de atenção do ambiente gráfico	Economia da atenção no ambiente de consumo digital
Local privilegiado para legitimação do discurso jornalístico e editorial	Local de projeção midiaticizada do discurso jornalístico e editorial
Norteador do contrato de comunicação	Reconfigurador do contrato de comunicação

Fonte: Autores



Quadro 3 - Procedimentos de análise

Observações antecipadas à coleta de dados	
Passo 1	Formular questões iniciais para o desenvolvimento da pesquisa com base no referencial teórico (aqui exemplificados com categorias de identidades sociais);
Passo 2	Estabelecer a opção pela produção de uma amostra ou de construção de um <i>corpus</i> ou dos <i>corpora</i> ;
Passo 3	Delimitar o marco temporal: considerar período específico marcado por evento ou sua sucessão.
Considerações da coleta de dados	
Passo 1	Analisar e formatar a coleta de dados textuais, através de programas (<i>softwares</i>) ou manualmente;
Passo 2	Realizar a distribuição da análise por categorias analíticas ou centrais como: mimética, imagética, simulacro, etc;
Passo 3	Desenvolver subcategorias para análise comparativa, delinear o avanço da pesquisa e os resultados encontrados.
Considerações quanto à organização espacial, frequência e ritmo de postagens	
Passo 1	Definir a amostra ou selecionar o <i>corpus</i> com base na periodicidade do objeto empírico e frequência de publicações (mais de uma capa lançada diária ou mensalmente em diferentes ambientes, gráfico e digital); reconhecer seus elementos fixos (identificação da revista ou jornal, nome, logotipo, referências temporais da edição) e seus elementos variáveis (manchetes, chamadas, fotografias, ilustrações, anúncios);
Passo 2	Capturar o conjunto de dados datificados/plataformizados com apoio de <i>software</i> ;
Passo 3	Construir a análise do conjunto de informações, reconhecendo o organizador gráfico de imagens verbo-visuais.
Passo 4	Reconhecer o volume e ritmo de postagens de capas num dado marco temporal.

Fonte: Autores



O Quadro 3 apresenta alguns procedimentos para o desenvolvimento da análise de capas, segundo uma concepção quantitativa e ou qualitativa com vistas a concretizar para a abordagem analítica da midiatização. Pode-se partir da definição de uma amostragem ampla, volumosa, num período de tempo específico, ou pela construção de um *corpus* ou de vários deles, os *corpora*, procedimentos que precisam ser esclarecidos de antemão e exaustivamente observados. Após a fase de coleta e análise de dados, passa-se a fase de sua interpretação com apoio do referencial teórico adotado previamente, o qual responde pelas categorias de análise.

Novos ordenamentos metodológicos

Os novos ordenamentos impostos à metodologia e análise de capas surgem ao passo que as tecnologias, principalmente as mídias digitais, ganham espaço, visibilidade e tornam-se um veículo de trabalho para muitos profissionais formados em nossos cursos de graduação em Comunicação Social. Sobretudo na pandemia de Covid-19, com as inúmeras restrições por ela promulgadas, as mídias sociais tornaram-se ainda mais notáveis, sendo não apenas fonte de comunicação e visibilidade, mas também um dos elementos chave para a manutenção da atividade laboral e de estudo. Como sabemos, as revistas desde sua constituição passaram por inúmeras reconfigurações e, no contexto que surge, não seria diferente; foi preciso estar atento para os novos modelos de criação, impulsionamento e materialização de produtos editoriais



frente à onda de conteúdos semelhantes e em disputa narrativa. Elementos plásticos passam a dividir espaço e atenção com outros procedimentos oriundos da digitalização, como as animações, efeitos sonoros e incrementos fixados sobre a superfície das telas digitais.

A análise metodológica de capas de revistas ao seguir novas ordens acrescidas pelo incremento tecnológico supõe desafios. Isso se deve a que as capas amplificaram sua visibilidade e passaram a ser as porta-vozes de todo um conjunto editorial que aqui abordamos como a “revista” ou o “jornal”. Para tanto, surgem nas capas novas competências e objetivos. Como consequência, vêm a ser requisitadas metodologias de análise atentas ao caráter único e individual, característico de convocações emergentes pela intervenção de mídias sociais.

Entendemos, nesta lógica, que a hipermediatização pode ser tomada como uma “virada de chave” na análise de capas de revista, cujos atores sociais, actantes, mídias digitais e tradicionais convenciam procedimentos no propósito deliberado de expansão e poder, buscando consonância com as lógicas digitais emergidas com a popularização das mídias sociais e a amplificação de vozes moderadoras. Os novos atores cujo poder é moderado através das mídias digitais passam a ocupar as capas, ter seus discursos autorizados e validados como uma espécie de cientificismo graças às dezenas de milhares de usuários que colecionam em seus perfis de mídias sociais. Um expoente do processo são as *influencers*, cuja profissão ganhou força nos últimos anos e



ocupam espaços que anteriormente eram condicionados a sujeitos cuja carreira, presença e visibilidade estava ancorada na circulação em mídias tradicionais.

Outro exemplo de novas lógicas que demanda reordenamento metodológico está na própria produção da capa e converge com as necessidades e discussões induzidas pelos diferentes públicos, impulsionado pelas mídias sociais através de *posts*, *hashtags* e comentários que denotam questões a serem noticiadas, replicadas e debatidas *ad nauseam* para além de matérias em jornais impressos ou reportagens de curta duração em telejornais. Por meio da utilização de uma capa, assuntos, temáticas e outras condições ganham prazo de validade estendido, tornando-se muitas vezes atemporais.

Essas condições permitem que a circulação do veículo como produto midiático se torne acessível, primeiramente porque usuários ocupam espaços de produtores e consultores de conteúdo emergenciais, reconfigurando agendamentos midiáticos através da propagação de urgências e levantamentos de informações. Ao intensificar novos agenciamentos, são estabelecidas mudanças mais complexas na escala de comunicação, amplificadas pela midiaticização.

Se por um lado a midiaticização calcou engendramentos nas relações que culminaram em processos que afetam direta ou indiretamente os atores sociais, entendemos também que as novas modalidades de enunciação, as quais decorrem de razões institucionais, midiáticas, mercadológicas e sociais, respondem à amplificação da atuação das mídias sociais.



Neste contexto, as capas são tomadas como a grande vitrine comunicacional e mercadológica; passaram a ser pensadas e editadas também para cumprir seus objetivos em um formato, que emerge com condições de criação, financiamento e portabilidade de significações, fluxo de informação e tráfego, condições de financiamento, de entrega e orientações de performance no digital. Um processo que nos faz recordar a Fausto Neto (2008, p. 97) quando afirma: “[...] o dispositivo não só anuncia a sua existência, mas chama atenção para os fundamentos e os efeitos presumidos de sua prática interpretativa”. Assim, ao tomarmos a capa como um dispositivo operante na centralidade do novo cenário midiático, indicamos que ela está condicionada diretamente aos formatos de enunciar e gerar significações presumidas pela ambiência digital plataformizada. Cabe-nos promover artefatos para a análise, impulsionados pelas transformações que reconfiguram os espaços de contato do produto editorial.

Como característica principal dos processos de endereçamento inaugurados nas capas circulantes em plataformas digitais, destacamos o desafio de revelar as dinâmicas ocultas operadas pelos processos embutidos nos algoritmos. A prática reverbera diretamente em fenômenos socioculturais, usos e apropriações dos usuários, os quais promovem certa institucionalização do meio (Van Dijk; Poell; de Waal, 2018). Trata-se de um desafio para o pesquisador identificar tais operações mantidas como segredo industrial. Entretanto, percebemos que é dessa maneira que as capas oportunizam



a congregação de diferentes etapas de entrega e produção de produtos midiáticos, cuja finalidade se detém em conquistar o público, gerar significações, gerar dados sobre usuários e tudo isso renova a constituição de capas circulantes digitalmente.

Considerações Finais

A capa desde sua tradição gráfica acabou sendo convertida em recurso de promocionalidade da linha editorial (Casa-grande; Silveira, 2018). De elemento canônico do jornalismo impresso como porta-voz da linha editorial, ela se inaugura como porta de entrada plataformizada para a nova edição e se consolida como local privilegiado para análise do discurso jornalístico e editorial. Expressa a posição ideológica de um veículo de mídia, detém a função de organizar os elementos significantes da edição ao conferir primazia aos textos não verbais e deixar os verbais em segundo plano. Sua utilização dos elementos não verbais enaltece o recurso de imagens ícono-visuais, trabalhando com apoio do uso da cor e de elementos da sintaxe visual. Sua produção paulatinamente passou a considerar os princípios da economia da atenção no ambiente de consumo gráfico. Quando convertida em capa digital, configura-se como norteador do contrato de comunicação ao disputar a atenção de usuários nos *feeds* de postagens. Ao disputar a economia de atenção e capturar visualizações no ambiente de consumo digital com apoio de imagens semoventes, a capa estrutura-se como local de projeção midiática do discurso jornalístico e editorial e desponta no turbi-



lhão do fluxo temporal das mídias sociais, culminando em ser elemento reconfigurador da renovação do contrato de comunicação na ambiência das plataformas digitais.

É desta maneira que a conversão de atributos de uma capa quando circulada em plataforma digital vem a disputar a expansão do universo de leitores não assinantes, exibindo imagens atraentes como isca para a captura de novos públicos leitores. Ao agregar novas parcelas de leitores, sua produção passa a atribuir valor noticioso a acontecimentos que emergem com a expansão do universo de leitores e seus anunciantes, pois considera-se que a capa materializa as características de interação e de negociação de sentidos. Exploram-se nela as qualidades narrativas de temas ignorados pela noticiabilidade modélica e a capa acaba por desenvolver uma noticiabilidade condizente com o avanço da midiatização da sociedade.

Referências

- BAUER, M.; AARTS, B. A construção do corpus: um princípio para a coleta de dados qualitativos. In: BAUER, M. W.; GASKELL, G. Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som. Um manual prático. Petrópolis: Vozes, 2000. p.39-63.
- BERTASSO, D. Jornalismo de revista e ethos discursivo: as imagens de si nas capas e nos editoriais de Veja, Época, IstoÉ e Carta Capital. 2014. 170 f. Tese (Doutorado em Comunicação e Informação), Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2014.
- BHABHA, H. O local da cultura. Belo Horizonte: UFMG, 2013.
- BIGNELL, J. Media Semiotics: an introduction. Manchester: Manchester University, 2002.



BITTONI, D. S. Revista e segmentação: dividir para reunir. In: TAVARES, F. M.; SCHWAAB, R. (Org.). A revista e seu jornalismo. Porto Alegre: Penso, 2013. p. 107-118.

BUTLER, J. Vida precária. Contemporânea - Revista de Sociologia da UFSCar, n.1, p. 13-33, 2011.

CASAGRANDE, M. C. Investimento de aspectos passionais no discurso da imprensa esportiva: Promoção de intencionalidades e posicionamentos editoriais. Sur le journalisme, v. 10, n. 2, p. 48-61, 2021. <https://doi.org/10.25200/SLJ.v10.n2.2021.438>.

CASAGRANDE, M. C.; SILVEIRA, A. C. M. Paixões em ebulição: a Copa do Mundo de 2014 em capas de jornal. Comunicare, v. 18, n. 1, 2018.

CHARAUDEAU, P. Discurso das mídias. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2015.

COLLINS, P. H.; BILGE, S. Interseccionalidade. São Paulo: Boitempo, 2021.

CRENSHAW, K. W. Documento para o Encontro de especialistas em aspectos da discriminação racial relativos ao gênero. Estudos Feministas, ano 10, nº 1, 2002.

FAUSTO NETO, A. Fragmentos de uma analítica da mediação. MATRIZES. v. 1, n. 2, p. 89-105, abr. 2008. <https://doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v1i2p89-105>

FANON, F. Black Skin, White Masks. The fact of blackness. London: Pluto Press, 1991. p. 109-140.

FERES JÚNIOR, J. Legacy Media, the internet, and social media. SciELO Preprints, 2024. <https://doi.org/10.1590/SciELOPreprints.8261>.

FOLSCHEID, D.; WUNENBURGER, D. Metodologia filosófica. São Paulo: Martins Fontes, 2002.

FRANÇA, R. O. Revista e referentes: a pensata na construção do mundo de cada publicação. In: TAVARES, F. de M. B.; SCHWAAB, R. (Orgs). A revista e seu jornalismo. Porto Alegre: Penso, 2013. p.93-105.

HALL, S. Representation: cultural representations and signifying practices. Londres: Sage-Open University, 1997.

HARTMANN, C.; FANFA, M. S.; SILVEIRA, A. C. M. Reconfiguração editorial: ainda há capas em jornalismo de plataforma? Sur le journalisme, v. 9, n. 1, p. 104-117, 2020.



HARTMANN, C.; SILVEIRA, A. C. M. Convertendo a exclusão social em notícia: a visibilidade da periferia em capas de revista. In: MENDONÇA, C. et al. (Orgs.). Mobilidade, espacialidades e alteridades. Salvador/Brasília: EdUFBA/Compós, 2018. p.201-220.

MORESCO, M. C.; RIBEIRO, R. O conceito de identidade nos estudos culturais britânicos e latino-americanos: um resgate teórico. *Animus. Revista Interamericana de Comunicação Midiática*, v. 14, n. 27, 2015. <https://doi.org/10.5902/2175497713570>.

SAID, E. *Orientalismo: o Oriente como invenção do Ocidente*. São Paulo: Cia. das Letras, 1990.

SCALZO, M. *Jornalismo de revista*. 3. ed. São Paulo, Contexto: 2009.

SILVEIRA, A. C. M.; BARICHELLO, E. M. Sobre a possibilidade de ensinar o labor científico da investigação. Indagações acerca da prática metodológica acadêmica. In: BARICHELLO, E. M.; RUBLESCKI, A. *Pesquisa em Comunicação: olhares e abordagens*. Santa Maria: FACOS-UFSM, 2014. p.207-228.

SILVEIRA, A. C. M. et al. A hipervisibilidade das favelas cariocas nas notícias da 'Cidade Maravilhosa'. In: VENERA, J. I. et al. *Comunicação na sociedade do espetáculo*. São Paulo: Intercom, 2016. p.107-134.

TAVARES, F. M.; SCHWAAB, R. Revista e comunicação: percursos, lógicas e circuitos. In: TAVARES, F. M.; SCHWAAB, R. (Org.). *A revista e seu jornalismo*. Porto Alegre: Penso, 2013. p.261-271.

VALDETTARO, S. La 'puerta de entrada' a Página12: propuesta para un análisis del contrato de tapa. *La trama de la Comunicación*, v.8, p. 15-20, 2003.

VAN DIJCK, J. *The Culture of Connectivity*. New York: Oxford Press, 2013.

VAN DIJCK, J.; POELL, T.; DE WAAL, M. *The Platform Society: Public values in a connective world*. Nova York: Oxford University Press, 2018.

VIEIRA, A. M. *A interseccionalidade para olhar as mudanças editoriais: uma análise semiótico-discursiva das capas de Marie Claire (2018-2021)*. 114 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação), Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, 2022.



DE FONTES A COAUTORES: UMA PROPOSTA METODOLÓGICA DE CLASSIFICAÇÃO DAS FONTES NO JORNALISMO ALTERNATIVO

**Alice Bianchini Pavanello
Márcia Franz Amaral**

A ideia de que as fontes são simples fornecedoras passivas de informação para o jornalista já é uma concepção superada (Neveu, 2006; Gonçalves, 2014; Leal; Carvalho, 2015). A revolução das fontes, consolidada com a disseminação do acesso à internet e da possibilidade dos próprios sujeitos se tornarem produtores de notícias, alterou a metáfora da fonte como um produto naturalmente disponível no qual o jornalista busca uma informação que, como um recurso natural, estaria abundante e disponível (Neveu, 2006).

A expansão do acesso aos meios de produção e circulação de informações viabilizou a possibilidade de indivíduos comuns se tornarem produtores e disseminadores de notícias, desafiando a primazia das fontes tradicionais de informação. E, mesmo que o conceito de notícia perpassasse critérios de noticiabilidade, tidos como intrínseco à prática jornalística, o que passa a circular como notícia jornalística em algum nível só se



fez porque há agentes interessados em que determinado fato chegue ao conhecimento público (Gomis, 2004).

Evidentemente, a vontade ou necessidade de algum agente social ser fonte não é suficiente, pois há uma camada de decisões tomadas no campo jornalístico e, mais precisamente, pelos jornalistas. É na cobertura jornalística que os sentidos dos acontecimentos são configurados a partir da escolha de enquadramentos e fontes. Ao participar ativamente da produção e reprodução de determinados saberes a respeito da cultura e da sociedade com o poder de estruturação do espaço público e do consenso, os jornais de referência contribuem para manter a hegemonia de determinados grupos e versões, ao mesmo tempo que oblitera outros.

Como destacam Leal e Carvalho (2015), diversos estudos apontam, direta ou indiretamente, para a exaustão da imagem tradicional de fonte jornalística. Os próprios autores refletem sobre a adoção do termo “agente” em detrimento de “fonte” para se referir a pessoas ou instituições “presentes nos processos e narrativas jornalísticas sobre acontecimentos diversos a partir da dinâmica de disputas de sentido em torno do que (e como) é narrado, propondo pontos de vista que revelam visões sociais de mundo diversas” (Leal; Carvalho, 2015, p. 617).

Contudo, a possibilidade de intervenção das fontes ou dos agentes jornalísticos na imprensa de referência para influenciar na produção de notícias não é a única forma de se fazer presente no cenário comunicacional. A possibilidade



de superar o processo hierárquico de acionamento das fontes pode se conformar na criação do próprio veículo de comunicação, de modo a tomar para si um estatuto de credibilidade e legitimidade outrora somente alcançado pela mídia tradicional (Gonçalves, 2014), mas com o foco em demandas específicas do grupo em questão, com publicações que se pretendem diferenciadas e que buscam novos enquadramentos e até funções para o jornalismo.

A difusão de novos formatos jornalísticos - muitas vezes caracterizados por uma independência econômica e editorial, abordagens não convencionais e engajamento direto com audiências -, tem posto em debate as estruturas tradicionais de obtenção de informações e a própria definição de fonte no contexto jornalístico. As diferentes formas de organização do trabalho jornalístico e das relações entre os envolvidos no processo levam a uma diversidade de arranjos produtivos, que supõem a necessidade de refletir sobre as novas dinâmicas implicadas. Para uma prática jornalística que se propõe alternativa a de referência, há que se pensar em uma outra perspectiva relacional entre jornalistas e o que se designa usualmente como fontes de informação, uma vez que há um objetivo claro na elaboração do produto informativo: a defesa dos interesses do grupo representado. Ademais, Carvalho (2023) destaca a necessidade de estudos no campo do Jornalismo que questionem teorias e metodologias inscritas nas lógicas das geopistemologias eurocentradas, fundadas nas pretensas ideias de objetividade, neutralidade e universalidade.



Dito isso, discute-se a necessidade de uma metodologia de análise que supere o simples encaixe das fontes em uma classificação previamente existente e que se proponha a atender as especificidades de cada relação jornalista-fonte, em diferentes arranjos jornalísticos. Com finalidade de exemplificação, utiliza-se o caso do jornal A Sirene, produzido por jornalistas e pessoas atingidas pelo rompimento da barragem de rejeitos de minério da Samarco, em Mariana (MG), em 2015. O desastre afetou 39 cidades de Minas Gerais e Espírito Santo ao longo da bacia do Rio Doce. Mais de cinco mil pessoas foram atingidas, de acordo com relatório Cáritas¹, 19 pessoas morreram e mais de 600 tiveram que deixar as casas que foram completamente destruídas pela lama de rejeitos. O jornal A Sirene foi criado em fevereiro de 2016, com publicação mensal, tem como propósito conferir centralidade aos temas de interesse das pessoas atingidas e apresenta uma dinâmica própria de acionamento das fontes, bem como de configuração dos testemunhos nas reportagens.

As fontes no jornalismo de referência

As fontes de informação têm papel central na organização do relato jornalístico, uma vez que poucas pautas se originam da observação direta do repórter (Lage, 2019) e muitas delas surgem do interesse de algumas pessoas de que determi-

¹ Na edição 70 do jornal A Sirene, de fevereiro de 2022, foi publicada uma coluna assinada por assessoras técnicas do grupo Cáritas em que elas anunciam a conclusão do cadastramento das famílias de Mariana que foram atingidas pelo rompimento da barragem, totalizando mais de cinco mil pessoas.



nado fato vire notícia (Gomis, 2004). A escolha das fontes, assim como das pautas e dos enquadramentos faz parte da gama de decisões que jornalistas tomam no momento de transformar um acontecimento em discurso jornalístico com base em escolhas feitas a partir do poder de afetação dos sujeitos envolvidos (Quèré, 2005) e da política editorial dos veículos jornalísticos.

A escolha das fontes nos jornais de referência faz parte da gama de decisões influenciadas por dinâmicas organizacionais que perpassam, além das dimensões econômicas e políticas, outras “modalidades coercitivas, como as ideológicas, as culturais, as religiosas, as comportamentais dentre muitas outras, cuja intensidade é variável em função de contextos sociais distintos e os jornais não estão à parte delas, sofrendo-as ou as promovendo” (Jácome, 2023, p.20).

Charaudeau (2018) identifica as fontes pela relação que elas mantêm com o mundo das mídias, sendo classificadas em internas e externas. As internas às mídias, por sua vez, são divididas nas internas à organização de informação - como correspondentes, enviados especiais e arquivos -, e nas externas à organização, como as agências de notícias e outras mídias. As fontes externas às mídias também são separadas em institucional, ou oficiais e oficiosas, sendo Estado-Governo, administrações, partidos, sindicatos, associações e políticos e em não institucional, que abarca as fontes testemunhais, as especialistas e as representantes.



A credibilidade conferida à informação depende da posição social do informante, do papel que desempenha na situação de troca, da representatividade para com o grupo pelo qual fala e do grau de engajamento que manifesta com a informação transmitida, ou seja, é pela combinação de identidade social e identidade discursiva que se compõe o poder de influência do sujeito falante (Charaudeau, 2009).

Dessa forma, as fontes “estáveis, oficiais e autorizadas” (Gonçalves, 2014, p.62) acabam preferidas pelos jornalistas por ocuparem lugares socialmente legitimados, podem servir como escudo para os jornalistas e ainda, por serem de fácil acesso, as coloca em vantagem para atender às demandas das rotinas apressadas das redações. Como consequência, tem-se a reprodução, no jornalismo de referência, de uma voz monofônica, que representa sempre os mesmos setores e privilegia determinadas visões e versões de mundo (Gonçalves, 2014).

Um jornal, para ser considerado de referência, deve ter tradição, prestígio e credibilidade, deve pautar outros jornais, ter foco em temas de economia e política, ter como público a elite econômica e cultural do país, além de ter altos índices de circulação (Zamin, 2014). “No jornalismo de referência a empresa jornalística coloca-se a falar a partir de uma determinada posição social, convoca fontes localizadas em lugares privilegiados de fala e omite determinadas vozes” (Amaral, 2005, p.110). Para a autora, portanto, a preferência pelas fontes oficiais seria uma escolha para atender aos interesses



do próprio jornalismo e não apenas resultado da combinação de fatores operacionais.

O jornalismo diário de referência faz parte de um processo de produção de consenso que, muitas vezes, exclui e deslegitima eventuais posições dissonantes daquelas que detêm os poderes políticos e econômicos, “não se furtando de lançar mão de silenciamentos de vozes discordantes fora das tretas ao estilo “mudar para tudo ficar no mesmo lugar” (Jácome, 2023, p.19). Nessa dinâmica de seleção de fontes empreendida pelo jornalismo de referência, grupos, indivíduos e pontos de vista acabam por ser invisibilizados.

Steinbrenner *et al* (2020) apontam que as vozes das comunidades locais foram desprezadas na cobertura jornalística do caso do transbordo de rejeitos de mineração de alumínio de uma barragem gerida pela empresa Hydro Alunorte, ligada à multinacional norueguesa *Norsk Hydro*, no município de Barcarena, no Pará, em 2018. O coletivo Intervozes evidenciou a invisibilidade das comunidades pesqueiras e marisqueiras na cobertura de veículos impressos, telejornais e agências de notícias na cobertura do vazamento de óleo no litoral do nordeste brasileiro, em 2019. “Os veículos promoveram um silenciamento nocivo à (já frágil) democracia brasileira” (Intervozes, 2020, p. 52). No caso do rompimento da barragem de rejeitos de minério da Samarco, em Mariana, em 2015, Souza, Amaral e Ramos (2020) apontaram que, nos primeiros dias após o acontecimento, ainda que as pessoas atingidas tenham sido ouvidas pelo portal Estado de Minas, não foi garantida



a presença de diferentes perspectivas sobre o rompimento. Em alguns casos, o entrevistado que falou configurado pelo discurso jornalístico enquanto fonte atingida, se posicionou a favor da Samarco, o que revelava a dependência econômica da região em relação às mineradoras.

A produção jornalística aponta para os códigos e valores partilhados socialmente, assim, os acontecimentos que viram pauta e os sentidos atribuídos a eles, bem como as vozes que são acionadas na sua configuração, dizem muito sobre a sociedade, a maneira como ela vive e como cobra o cumprimento dos seus valores (França, 2012). Como destaca Taddei (2016), na sociedade de uma forma geral, as comunidades ribeirinhas, caiçaras, indígenas e caboclas não são levadas em consideração na elaboração de políticas públicas de mitigação de desastres, por não se encaixarem em uma forma de transmissão de conhecimento reconhecida como válida.

Entretanto, ainda que a cobertura jornalística de referência tenha o poder privilegiado para configurar publicamente o acontecimento e favorecer o debate público, hierarquizar os fatos, direcionar a compreensão de causas e consequências e destinar mais ou menos atenção para determinadas fontes (Silva, 2018), aqueles que não se sentem representados pelos discursos da mídia de referência também têm a possibilidade de criar espaços próprios, não comerciais, para a produção de narrativas que não teriam espaço em outros jornais, tomando para si determinadas estratégias de credibilidade e legitimidade.



As matrizes de tipificação das fontes na literatura são muitas. Conforme Schmitz (2011), podem ser resumidas no Quadro 1:

Quadro 1: Matrizes de classificação das fontes de notícias

Categoria	Grupo	Qualificação	Crédito	Ação
Primária Secundária	Oficial Empresarial Institucional Popular Notável Testemunhal Especializada Referencial	Confiável Fidedigna Duvidosa	Identificada Anônima	Proativa Ativa Passiva Reativa

Fonte: Adaptado de Schmitz, 2011, p.23.

Pode-se afirmar que as fontes analisadas em A Sirene são fundamentalmente primárias, populares e testemunhais, identificáveis, confiáveis, fidedignas, mas no quesito Ação foi necessário desdobrá-las para melhor captar seu papel. Na classificação de Schmitz (2011), a ação das fontes foi considerada a partir do movimento desenvolvido por elas para ter suas pautas de interesse inseridas na imprensa de referência, o que não dá conta de refletir sobre aquelas pessoas que se unem aos jornalistas na produção de um jornal próprio.

Diferentes modelos jornalísticos

A comunicação é parte estratégica das mobilizações sociais, independentemente da motivação ou razão de existir (Peruzzo, 2013), pois é sempre vista como ferramenta de ampliação de visibilidade das causas defendidas, além de ser a conquista do direito de comunicar as próprias demandas. Os



grupos que pretendem inserir as demandas no espaço midiático não se atêm só às estratégias que estimulem a cobertura das pautas por veículos de referência, mas também encontram meios de comunicação próprios (Braga; Silva; Mafra, 2007).

No âmbito dos movimentos populares, há uma comunicação alternativa que extrapola os jornais e os jornalistas e que recebe diferentes denominações, como comunicação popular, alternativa, participativa, horizontal, radical, classificada de acordo com os tipos de práticas e a percepção dos estudiosos de cada caso, explica Peruzzo (2009).

Porém, o sentido político é o mesmo, ou seja, o fato de tratar-se de uma forma de expressão de segmentos empobrecidos da população, mas em processo de mobilização, visando suprir suas necessidades de sobrevivência e de participação política com vistas a estabelecer a justiça social. (Peruzzo, 2009, p.47).

A partir da valorização de experiências sociais e culturais existente na diversidade dos sujeitos se viabiliza a emergência de “saberes localizados” como formas de privilegiar uma perspectiva parcial, a partir da qual, ao se aceitar e reconhecer as limitações e parcialidades de diferentes pontos de vista, pode-se construir uma compreensão mais complexa e rica do mundo (Haraway, 1995). Esse pensamento contesta o ideal universalizante do jornalismo, e pode contribuir para interromper a reverberação de colonialidades de poder e de saber (Carvalho, 2023).



Na dinâmica de busca por empoderamento comunicacional, há uma profusão de nomenclaturas e conceitos para se referir às formas de fazer um contraponto ao que fala a mídia de referência como jornalismo sem fins lucrativos, cooperativa jornalística, jornalismo colaborativo, jornalismo independente, jornalismo cívico, jornalismo cidadão, jornalismo ativista, imprensa alternativa, jornalismo comunitário, jornalismo contra hegemônico (Pachi Filho; Souza; Moliani, 2019).

Após ampla pesquisa para identificar os conceitos de comunicação alternativa e de jornalismo alternativo Pachi Filho, Souza e Moliani (2019) apontam que o jornalismo alternativo é definido por abordar fatos não noticiados pela mídia tradicional, ou por tratá-los de forma distinta da que é abordada por ela, com um posicionamento de contraposição ao discurso hegemônico. Embora o termo “jornalismo alternativo” seja rechaçado por alguns grupos que produzem conteúdo jornalístico na América Latina, por relacionarem o adjetivo com um demérito ao trabalho desenvolvido por eles, preferem o termo jornalismo independente (Oliveira, 2021).

O termo jornalismo independente, tampouco, tem consenso entre os pesquisadores. Oliveira (2021), em sua revisão, aponta duas das definições que indicam as características do jornalismo declarado como independente. Diz respeito ao conteúdo, que deve se alinhar com a defesa de valores e compromissos éticos específicos, como direitos humanos, cidadania, igualdade de gênero, questão racial, mas também pela forma de sustentação



econômica que pressupõe a produção jornalística autossustentável e sem vínculos com os grandes grupos midiáticos.

Seja alternativo ou independente, o princípio de ambos os modelos jornalísticos é se distanciar de práticas jornalísticas que reforçam as posições hegemônicas e viabilizar o emergir de outras perspectivas sociais. Gonçalves (2014) chama a atenção de que, como os modelos alternativos foram criados a partir da gramática dos tradicionais, deve-se atentar para não repetir práticas viciadas que levem à manutenção das mesmas vozes e pontos de vista já dominantes. Assim, destaca-se que se deve considerar metodologicamente na análise das fontes as particularidades de cada situação, considerando aspectos como as características do grupo envolvido na produção do jornal, os temas predominantes nas matérias e o *modus operandi* de realizá-las.

O caso do jornal A Sirene

O Jornal A Sirene foi criado por jornalistas e pessoas atingidas pelo rompimento da barragem de rejeitos de minério da Samarco, em Mariana (MG), em 2015. Criado em fevereiro de 2016, a publicação tem como propósitos ser um espaço para que as pessoas atingidas possam lutar por seus direitos, o que inclui o direito à comunicação (Brittes, 2016; Pazza, 2017). Diferentemente do jornalismo de referência que, pelo menos em teoria, deve apresentar todos os lados da história, em A Sirene há uma expressa intenção de representar a voz das comunidades atingidas, uma vez que as mineradoras



“já têm uma voz midiática dada por muito dinheiro”, como explica Karina Barbosa, que foi editora-chefe do jornal e concedeu entrevista à autora deste artigo em 2023. O jornal é impresso e digital e, em 2024, mantido por uma campanha de financiamento coletivo online, a Associação dos Docentes da Universidade Federal de Ouro Preto (UFOP) e doações.

A equipe do jornal é composta por jornalistas que são professores do curso de Jornalismo da UFOP, estudantes de Jornalismo e pessoas atingidas pelo rompimento da barragem. Assim, a produção do periódico tem uma dinâmica própria que se fundamenta na relação de proximidade com as pessoas atingidas que são, ao mesmo tempo, fontes, produtores e leitores. Como explica Karina Barbosa, em entrevista à autora deste artigo, atingidos e jornalistas frequentam os mesmos locais, se encontram em espaços públicos da cidade e há uma relação para além da profissional. Nessas situações, surgem sugestões de pautas e convites para atividades comunitárias que vão virar reportagens no jornal.

A partir dos assuntos sugeridos, em uma reunião de pauta em que jornalistas e atingidos participam, são levantados os nomes de quem pode colaborar com a construção da matéria. Karina Barbosa conta que quem sugere a pauta costuma colaborar com a elaboração do texto. Além disso, “a gente, no processo jornalístico mesmo, já sabe mais ou menos quem fala sobre determinados assuntos, quem vive tais problemas e em outras a gente corre atrás dessas pessoas e nas pautas factuais a gente vai cobrir e lá enfim a gente encontra as pessoas” (Karina Barbosa, 2023, em entrevista).



Essa lógica produtiva se preocupa em cumprir um dos propósitos da criação de A Sirene, o de dar voz às pessoas atingidas, uma vez que é apontado um sumiço dos atingidos da cobertura dos veículos de imprensa que priorizam as “vozes de fontes ligadas à mineradora” (Pazza, 2017). Devido a uma limitação de espaço, a elaboração do jornal precisa atender a fatores inerentes ao processo jornalístico, como a seleção de temas e fontes que entram em cada edição. Entretanto, o objetivo é manter as pessoas atingidas e suas demandas como centrais na produção das reportagens, como explica Barbosa, na edição de fevereiro de 2019. “A tensão entre demandas sociais e fundamentos jornalísticos também se expressa nos processos produtivos: o que entra na edição, como entra. Quem fala, quem silencia. Quem são os e as atingidas que ocupam A SIRENE e quem representam.” (Barbosa, 2019, p.5).

Em entrevista, Karina Barbosa utiliza o termo “hiper-local” para se referir ao modelo jornalístico adotado por eles. Nomenclatura que se adiciona a outras utilizadas pela equipe de produção para se autorreferenciar, como “independente” (Editorial, 2018, p.16), “jornalismo comunitário” (Editorial, 2019, p.16), “jornalismo local e comunitário” (Editorial, 2020, p.16), “veículo de comunicação independente e popular” (Editorial, 2022, p.7). Entretanto, os termos não são utilizados com uma preocupação com o conceito, mas uma forma de demarcar um distanciamento da mídia de referência “O jornal A SIRENE é, para nós, um contraponto estratégico ao poder comunicacional das mineradoras e da mídia comercial” (Edito-



rial, 2022, p.14). Destaca-se que não se pretende encaixar A Sirene em uma delimitação conceitual do tipo de jornalismo desempenhado, apenas demarcar aspectos que o diferenciam dos veículos de referência com o propósito de compreender a relação com as fontes de informação.

A sensação de inclusão e participação nos processos de decisão e produção do jornal são percebidos pelas pessoas atingidas. “Então, o jeito de fazer as entrevistas é um jeito diferente, um jeito sensível com os atingidos, e narra aquilo que a gente quer”, afirma Expedito Silva, na reportagem ‘A SIRENE: há seis anos narrando histórias das pessoas atingidas’, na edição 70, de fevereiro de 2022. Na mesma matéria, o depoimento da Comissão de Atingidos pela Barragem de Fundão de Mariana corrobora com a percepção: “com uma linguagem diferenciada, que respeita e conserva a fala de seus entrevistados, o jornal cumpre sua função social: ser um canal de comunicação direta sobre as principais demandas do processo de reparação”.

Outra importante diferenciação no processo produtivo da publicação é a forma como as pessoas que fornecem informações para as pautas são tratadas. No jornalismo de referência, quem concede uma entrevista sobre o acontecimento vivenciado ou presenciado a partir da perspectiva individual é considerado uma fonte testemunhal e suas declarações costumam ser da ordem da emoção, do desespero, do sofrimento e da busca de solução individual, sem contribuir para a complexificação da narrativa (Amaral, 2015). Em A Sirene, as



peessoas atingidas são consideradas pela equipe de produção para além de testemunhas, mas sim “coautores afetivos de angulação”, nos termos de Karina Barbosa. Ela explica o porquê em entrevista à autora deste artigo.

Na Sirene a gente trabalha com testemunho, ou seja, com essa experiência do ter estado lá e do estar lá, ou seja, a gente tá trabalhando muito com esse afeto e com essa experiência e a partir do momento que a voz dessas pessoas é protagonista nos textos **a gente entende que eles são coautores.** (Karina Barbosa, 2023, em entrevista).

A configuração dos testemunhos na diagramação do jornal obedece a um projeto gráfico alinhado à preocupação de conferir destaque às pessoas atingidas. Os trechos atribuídos a elas são formatados em blocos individuais de texto, assinados com o nome da pessoa e a localidade onde morava antes do rompimento da barragem. Os blocos de textos compõem as reportagens que também são compostas por um *lead*, que explica ou contextualiza o tema, e um título. Sempre há um jornalista, ou estudante de Jornalismo, que assina a reportagem com os demais.

Entretanto, as pessoas atingidas não são as únicas acionadas nas edições, de forma que há diferentes regimes de participação e de visibilidade nas páginas do jornal. Assim, faz-se necessária uma análise mais aprofundada para compreender como operam as dinâmicas de seleção e acionamento na publicação. Para tal, foram analisadas 16 edições de A



Sirene² (2016–2023), selecionadas duas edições de cada ano, de meses diferentes, para que fosse possível contemplar diferentes períodos, de todos os sete anos de existência do jornal.

Dessas edições, foram analisadas 134 notícias, colunas e reportagens, nas quais foram identificadas a citação direta de 332 participantes, sendo 268 identificadas como pessoas atingidas e 64 como outras pessoas. Todos os participantes, mesmo com maior ou menor grau de envolvimento com o desastre, estabelecem uma relação mais estreita com a produção da matéria do que acontece na redação de um jornal de referência. Assim, há necessidade da escolha de critérios metodológicos específicos para a classificação das fontes e da análise da função de cada uma na elaboração da matéria.

Respeitando a designação de “coautoria” conferida pela equipe de A Sirene e as referências bibliográficas sobre fontes, delineamos duas formas de acionamento das pessoas envolvidas com a produção dos textos do jornal juntamente com a equipe técnica de jornalistas e estudantes de Jornalismo. São elas: “fontes coautoras” e “fontes colaboradoras”. A partir dessa classificação, se propõe uma metodologia com perspectiva ampla que possibilite a aplicação para variados

²Edição 04 (jul.2016), edição 05 (ago.2016), edição 18 (set. 2017), edição 19 (out. 2017), edição 32 (nov.2018), edição33 (dez.2018), edição 34 (jan.2019), edição 35 (fev. 2019), edição 47 (mar. 2020), edição 48 (abr. 2020), edição 61 (mai. 2021), edição 62 (jun. 2021), edição 75 (jul. 2022), edição 76 (ago. 2020), edição 81 (jan. 2023), edição 82 (fev. 2023). As edições podem ser lidas na íntegra em:< <https://issuu.com/jornalasilirene>. Acesso em 20 abr. 2024.



arranjos jornalísticos e que se possa pensar em outros significados para o conceito de fonte.

Os agentes sociais e seus diferentes regimes de participação: proposta metodológica de análise

A partir de uma análise que focou em como as pessoas atingidas pelo rompimento da barragem da Samarco, em Mariana, são acionadas por um jornal produzido por eles juntamente com jornalistas, foi possível identificar duas categorias de fontes, uma atrelada ao papel de testemunha do acontecimento principal, a “fonte coautora”, e outra ligada às pessoas que se comprometem com a causa dos atingidos e atuam ativamente junto às comunidades na defesa de seus interesses, a “fonte colaboradora”. As características estão sistematizadas no Quadro 2.



Quadro 2: Características de fontes coautoras e fontes colaboradoras.

	Ação	Créditos	Qualificação	Envolvimento	Função
Fontes coautoras	Ativa e protagonista	Nome e comunidade de origem	Pessoas atingidas	Emocional e afetivo com as pautas	Denunciar problemas Opinar Compartilhar experiências Relatar vivências
Fontes colaboradoras	Ativa e passiva	Nome e função profissional junto à comunidade	Pessoas envolvidas com a defesa dos direitos de atingidos	Emocional e afetivo com as pessoas atingidas	Contextualizar ou explicar termos e fatos Reforçar a legitimidade das pessoas atingidas

Fonte: Elaborado pelas autoras.

Podemos citar três características da “fonte coautora”, são elas: a participação ativa e protagonista no processo de produção da pauta, desde a sugestão até a escolha do enquadramento; a inserção na edição jornalística de trechos mais longos do relato, que revelam traços da personalidade individual; e, ainda, a possibilidade de que o depoimento seja conferido pelo emissor no contexto da reportagem antes da edição ser publicada.

Pode-se pensar na “fonte coautora” como alguém envolvido emocionalmente com as pautas para as quais foi convocada a falar. Dessa forma, tal classificação pode ser atribuída a pessoas que são fontes de informação à jornais produzidos por equipes que fazem parte do universo cultural de sentidos e valores de quem fornece o testemunho, que tem conexão



com modo de vida dos moradores, em uma relação de afetividade e solidariedade pelas mobilizações e demandas de quem é o público leitor, real ou virtual.

Ao colocar os depoimentos mais longos, separados em blocos, entre aspas, assinados individualmente, *A Sirene* configura os testemunhos de uma forma peculiar, para transparecer uma mínima interferência editorial e contribuir para a ideia de autenticidade da coautoria. Mesmo que o discurso direto seja sempre “apenas um fragmento de texto submetido ao enunciador do discurso citante” (Maingueneau, 2013, p. 182), a ausência de nominalizadores de verbos e locuções adverbiais, que façam a introdução das citações, revela uma intenção dos jornalistas de assumirem uma posição de neutralidade com relação ao relatado por atingidas e atingidos, uma vez que esses termos, em especial os verbos introdutórios de opinião, exercem uma função sobre o dito relatado, organizam uma ordem e estrutura próprias e ainda exercem uma ação interpretativa (Marcushi, 1991).

A maneira de relatar o dito é por meio da inclusão longa de trechos de falas das pessoas entrevistadas, com marcas da oralidade comuns em uma linguagem coloquial. As estratégias de apresentação do dito em *A Sirene* se alinham ao propósito do jornal de colocar as pessoas atingidas como núcleo do acontecimento, em torno das quais emergem os temas e também as opiniões, o que confere uma sensação de centralidade que faz com que atingidas e atingidos sejam vistos e se sintam os responsáveis pelo que é produzido.



Ainda, cumprem com a finalidade de contraponto à cobertura tradicional da mídia, que tende a reduzir a presença de fontes testemunhais com o decorrer da cobertura (Amaral, 2013a), além de interditar certos discursos e posturas que poderiam suscitar denúncias e debates públicos (Amaral, 2015).

Quanto à categoria de “fonte colaboradora”, podemos citar como característica dois aspectos que são: o envolvimento direto com as comunidades para tratar de questões específicas do seu âmbito de especialização, por exemplo, as integrantes da assessoria técnica da Associação Estadual de Defesa Ambiental e Social (AEDAS), que prestam informações jurídicas e sociais; e são pessoas que no jornalismo de referência seriam acionadas como fontes *experts* ou autorizadas, mas em *A Sirene* desempenham um papel mais amplo do que o de fornecedores de informação, pois participam ativamente na defesa de atingidas e atingidos e conhecem a fundo a rotina e os modos de vida locais.

As “fontes coautoras” são ativas e passivas no processo de produção do jornal, pois tanto sugerem pautas como são acionadas para falar sobre determinados assuntos. O dito das “fontes colaboradoras” segue o mesmo regime de formatação das “fontes coautoras”, em que se utiliza um trecho longo de texto, colocado entre aspas, dispostos na página do jornal na mesma diagramação, de forma a passar uma ideia de equilíbrio entre os relatos. Entretanto, são identificadas não pela localidade onde moravam, mas pela função que desempenham junto à comunidade.



Os tipos de fontes também são diferenciados pelo teor do dito: enquanto as “fontes coautoras” falam a partir da sua experiência, as “fontes colaboradoras” falam de um lugar de saber que é externo, do campo jurídico, acadêmico, religioso, e são acionadas na reportagem com a função ora de contextualizar o tema abordado, ora de explicar aspectos, termos ou conceitos apresentados nas reportagens. Como explica Amaral (2013b, 2015), as fontes testemunhais sozinhas não dão sentido ao fato, mas acompanham outras fontes que contribuem ao relato jornalístico. As fontes colaboradoras também assumem a função de reforçar a legitimidade da voz dos atingidos em outros ambientes para além dos territórios.

Considerações finais

A partir da análise realizada no jornal A Sirene, percebe-se que não se pode pensar nos atores sociais envolvidos no processo de produção jornalística como fontes de informação a partir do mesmo arcabouço metodológico para o qual se analisa as fontes no jornalismo de referência. Dessa forma, nesse artigo se propôs pensar em critérios específicos para a classificação das fontes jornalísticas que apreendam os diferentes arranjos produtivos e editoriais possíveis.

Como são acionadas e configuradas as “fontes coautoras” e as “fontes colaboradoras” em cada contexto de produção jornalística alternativa a de referência, requer uma análise de cada caso, levando em consideração o contexto político, social e econômico de produção do jornal em questão e o



grupo de pessoas envolvidas, bem como a forma de utilização do dito. Entretanto, considera-se necessário levar em conta as seguintes variáveis:

- a) O contexto e as motivações para a criação e a manutenção do jornal;
- b) as formas de financiamento, se estão ligados ou não a empresas e corporações com fins lucrativos;
- c) o nível de envolvimento e o poder de decisão sobre pautas e enquadramentos das pessoas acionadas na configuração da reportagem e o seu protagonismo no processo;
- d) a função do dito no contexto da reportagem;
- e) a forma de creditar as pessoas acionadas, levando em consideração se há um elemento afetivo envolvido nessa designação;
- f) se os temas das reportagens visam suprir demandas de grupos minoritários, focados na luta por direitos e que têm suas demandas invisibilizadas pelos veículos de referência;
- g) a utilização dos testemunhos de forma a respeitar as características dos sujeitos envolvidos.

A partir dessas proposições, reitera-se a necessidade da adoção de estratégias metodológicas que deem conta de abarcar a complexidade da relação entre jornalistas e demais participantes da produção de conteúdos jornalísticos em modelos de produção que extrapolam os de referência. Esses



mecanismos devem ser capazes de abarcar a divergência de formatos, de afetação dos e das agentes sociais, que contemplem as adequações históricas e contextuais de cada situação e ainda que considerem as diferentes experiências a partir de múltiplas formas de saber e poder.

O que se propõe é tomar o nível de afetação das pessoas com relação às pautas para as quais elas colaboram como operador analítico e classificatório. No caso das pessoas atingidas na produção de *A Sirene*, o nível de afetação faz com que elas transcendam a categoria de fontes de informação e ascendam ao papel de coautoras, além de ativas, também protagonistas das reportagens das quais participam.

As proposições elaboradas neste texto tomam como ponto de partida o caso específico do objeto empírico empregado na análise, o jornal *A Sirene*, havendo a necessidade de considerar outros contextos e arranjos produtivos. Entretanto, fica evidente que, quando os afetados assumem o protagonismo no processo produtivo, o termo “fonte” se torna insuficiente como metáfora, uma vez que esvazia as possibilidades de percepção dos sujeitos para além de fornecedores de recursos, mas como autores de notícias.



Referências

AMARAL, Márcia Franz. A representação dos testemunhos no discurso das catástrofes ambientais: de sujeitos sociais a sujeitos discursivos. **Fronteiras - estudos midiáticos**, v. 15, n. 3, p. 182–190, 2013a.

_____. Os testemunhos de catástrofes nas revistas brasileiras: do medo individual à patemização midiática1. **Revista Contracampo**, n. 26, p. 71–86, 2013b.

_____. Fontes testemunhais, autorizadas e experts na construção jornalística das catástrofes. **Líbero**, v. 18, n. 36, p. 43–54, 2015.

_____. Lugares de Fala do leitor no Diário Gaúcho. **eCompós**, v. 2, n. 24, 2005.

BARBOSA, Karina. **As sirenes nunca tocam; A Sirene ainda ecoa**. ASirene, Mariana, fev. 2019. Disponível em: <https://issuu.com/jornalasirene/docs/fevereiro_2019_issuuuuu>. Acesso em: 10 jun. 2024.

BRAGA, Clara; SILVA, Daniela; MAFRA, Rennan. Fatores de identificação em projetos de mobilização social. **Comunicação e estratégias de mobilização social**. Belo Horizonte: Autêntica, p. 51-91, 2007.

BRITTES, Juçara. A Sirene e o Direito à Comunicação dos Atingidos pela Lama. **Intercom - Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**, 2016.

CARVALHO, Carlos Alberto. **O jornalismo, ator social colonizado e colonizador**. Curitiba: CRV: 2023.

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das Mídias**. São Paulo: Contexto, 2018.

CHARAUDEAU, Patrick. Identidade social e identidade discursiva, o fundamento da competência comunicacional In: PIETROLUONGO, Márcia. (Org.) **O trabalho da tradução**. Rio de Janeiro: ContraCapa, 2009, p. 309-326.

FRANÇA, Vera. O acontecimento e a mídia. **Galáxia**, n. 24, p. 10–21, 2012.

GOMIS, Lorenzo. Os interessados produzem e fornecem os fatos. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, Vol. 1, nº 1, 1º Sem. 2004. p. 102-117.

GONÇALVES, Jurandira. Quem fala no jornalismo? In: LEAL, Bruno; ANTUNES, Elton; VAZ, Paulo. (Org.). **Para entender o jornalismo**. Belo Horizonte: Autêntica, 2014. p. 59-66.



HARAWAY, Donna. Saberes localizados: a questão da ciência para o feminismo e o privilégio da perspectiva parcial. **Cadernos Pagu**, v. 5, p. 07–41, 1995.

INTERVOZES. **Vozes Silenciadas**: a cobertura do vazamento de petróleo na costa brasileira. 2020.

JÁCOME, Phellipy. As experiências precárias e potentes dos saberes jornalísticos. In: CARVALHO, Carlos Alberto. **O jornalismo, ator social colonizado e colonizador**. Curitiba: CRV: 2023.

LAGE, Nilson. **A reportagem**: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística. Rio de Janeiro: Record, 2019.

LEAL, Bruno; Carvalho, Carlos Alberto. De fontes a agentes jornalísticos: a crítica de uma metáfora morta. **Intexto**, Porto Alegre, UFRGS, n. 34, p. 606-622, set./dez. 2015.

MAINGUENEAU, Dominique. Ethos discursivo. In: MOTTA, Ana. Raquel; SALGADO, Luciana. (Org.). **Ethos discursivo**. São Paulo: Contexto, 2008. p. 11 – 29.

MARCUSHI. **A ação dos verbos introdutores de opinião**. [s.d.]. 1991.

NEVEU, Érik. **Sociologia do jornalismo**. São Paulo: Edições Loyola, 2006.

OLIVEIRA, Vanessa. **A configuração da forma cultural do jornalismo independente nos territórios latino-americanos**. 2021. Tese (Doutorado em Desenvolvimento Regional) - Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Regional da Universidade de Santa Cruz do Sul, Santa Cruz, RS, 2021.

PACHI FILHO, Fernando; SOUZA, Rafael; MOLIANI, João. Os conceitos diferenciados de comunicação e jornalismo alternativos e o mapeamento da produção acadêmica brasileira recente. **C&S**, v. 41, n. 2, 2019.

PAZZA, Janaína. A mídia radical do jornal A Sirene: a mineradora Samarco vista pelos olhos dos sirenistas. **Revista Versatele**, 2017.

PERUZZO, Cílicia. Conceitos de comunicação popular, alternativa e comunitária revisitados e as reelaborações no setor. **ECO-Pós**, v. 12, n. 2, p. 46–61, 2009.

_____. Comunicação nos movimentos sociais: o exercício de uma nova perspectiva de direitos humanos. **Contemporânea**, v. 11, n. 1, p. 138–158, 2013.



QUÉRÉ, Louis. **Entre o facto e o sentido: a dualidade do acontecimento**. Centro Nacional de Investigação Científica – CNRS e Escola de Altos Estudos em Ciências Sociais, de Paris - EHESS 1. p. 1–24, 2005.

SCHMITZ, Aldo. **Fontes de notícias: ações e estratégias das fontes no jornalismo**. Florianópolis: Combook, 2011.

SILVA, Terezinha. Acontecimento e problemas públicos. **Revista Rumores**. v. 12. n. 23, jan-jun. 2018. P. 83-105.

SOUZA, Elise; AMARAL, Márcia Franz; RAMOS, Julia. Os sentidos do desastre em Mariana: campos problemáticos e polifonia na cobertura do portal Estado de Minas. **e-compós**, v. 23, n. jan-dez, p. 1–26, 2020.

STEINBRENNER, Rosane Albino et al. Desastre da mineração em Barcarena, Pará e cobertura midiática: diferenças de duração e direcionamentos de escuta. **Revista Eletrônica de Comunicação, Informação e Inovação em Saúde**, v. 14, n. 2, p. 307–328, 2020.

TADDEI, Renzo. O lugar do saber local (sobre ambiente e desastres). **Riscos de Desastres Relacionados à Água**, v. 42, n. 1, p. 27–38, 2016.

ZAMIN, Angela. Jornalismo de referência: o conceito por trás da expressão. **Revista Famecos**: Porto Alegre, 2014.



AUTORAS E AUTORES

ADA C. MACHADO DA SILVEIRA

Professora titular da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), onde integra o PPG Comunicação. Bolsista PQ do CNPq, colabora no Mestrado Profissional em Comunicação e Indústria Criativa da Universidade Federal do Pampa (Unipampa). Atuou como professora visitante em universidades argentinas (UNQ, UNSL, UN La Plata), paraguaias (UNE, UNA) mexicanas (BUAP, UNT) e sueca (Södertörn University). É editora de Animus. Revista Interamericana de Comunicação Midiática. Integra a rede internacional de Pesquisa em Mídiação - Midiaticom. E-mail: ada.silveira@ufsm.br

ALESSANDRO FELIPPE

Doutorando em Comunicação na Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). Mestre em Design de Vestuário e Moda [UDESC/SC]; Especialista em Startup, Inovação e Empreendedorismo [UNINTER/SC]. Graduado em Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda [UNIPAMPA/RS]. E-mail: allesandro.fpp@gmail.com

ALICE BIANCHINI PAVANELLO

Doutora em Comunicação Midiática pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFSM, com período sanduíche na Tulane University, nos Estados Unidos. É Mestra e jornalista pela UFSM. Especialista em Televisão e Convergência Digital pela Universidade do Vale dos Sinos (2015).. Professora substituta do Departamento de Ciências da Comunicação da UFSM. E-mail: alicebpavanello@gmail.com



ALINE ROES DALMOLIN

Professora adjunta do Departamento de Ciências da Comunicação e do Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). Doutora e Mestra em Ciências da Comunicação pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos). Integra a rede internacional de Pesquisa em Mídia - MídiaCom. E-mail: aline.dalmolin@ufsm.br

AMARINILDO OSÓRIO DE SOUZA

Doutorando pelo Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). Mestrado Profissional em Ensino Tecnológico pelo Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Amazonas (IFAM). Graduado em Produção Publicitária pelo Centro Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Amazonas (CEFET-AM), atual IFAM. E-mail: amarinildo@gmail.com

ANA PAULA DA ROSA

Professora na Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS) vinculada à Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação (FABICO), departamento de Comunicação (DECOM). Líder do grupo do Laboratório de Circulação, Imagem e Mídia - MídiaCom. Integra a rede internacional de Pesquisa em Mídia - MídiaCom. Email: anarosa@ufrgs.br

BRUNO CORDEIRO DOS SANTOS

Mestrando PPG Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM) e bolsista da CAPES. É graduado em Comunicação Social - Produção Editorial pela mesma universidade, Especialista em Mídias Sociais e Digitais pela Universidade Franciscana (UFN) e graduando em Comunicação Social - Relações Públicas na UFSM. E-mail: bruno.cordeiro@acad.ufsm.br



CLARISSA SCHWARTZ

Jornalista, mestra e doutora em Extensão Rural pela Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). Doutora em Comunicação pela mesma instituição, onde realizou estágio pós-doutoral com bolsa CAPES no Programa de Pós-Graduação em Comunicação. E-mail: clarissaschwartz@yahoo.com.br

CRISTIANO MAGRINI RODRIGUES

Jornalista, Mestre e Doutor em Comunicação pela Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). Integrante do Grupo de Pesquisa Mídia, Discurso e Comunicação Pública (CNPq). E-mail: cristiano.magrinirodrigues@gmail.com

ELIZABETH BASTOS DUARTE

Doutora em Linguística pela USP (1989); Coordenadora do Grupo de Pesquisa Comunicação Televisual (2004-2022); Coordenadora brasileira do Acordo Capes-Cofecub Comunicação visual (2005-2007); Pesquisadora 1C pelo CNPq (1995-2022); Pós-doutora em Televisão pela Université de Paris III (2003); Professora da UFSM (2007-2020); Professora da UFRGS (aposentada). E-mail: bebethb@terra.com.br

FABIANA DA COSTA PEREIRA

Professora adjunta no Departamento de Comunicação Social na Universidade Federal de Santa Maria (UFSM, campus de Frederico Westphalen). Relações Públicas, Mestra e Doutora em Comunicação pela UFSM. E-mail: fabiana.pereira@ufsm.br

FLAVI FERREIRA LISBÔA FILHO

Professor da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), Pró-Reitor de Extensão (UFSM). Doutor em Ciências da Comunicação pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos) Bolsista PQ do CNPq. E-mail: flavi@ufsm.br



FREDERICO DE MELLO BRANDÃO TAVARES

Professor permanente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Ouro Preto (UFOP). Doutor em Ciências da Comunicação pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos). Bolsista PQ do CNPq. E-mail: frederico.tavares@ufop.edu.br

GABRIEL DE SOUZA

Publicitário pela Universidade Franciscana (UFN). Mestre e Doutor em Comunicação pela Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). Integrante do Grupo de Pesquisa em Comunicação Televisual. E-mail: gabrields92@hotmail.com

GUSTAVO DAVID ARAUJO FREIRE

Doutor em Comunicação pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), Relações Públicas no Hospital Universitário Lauro Wanderley (HULW-UFPB/Ebserh), gustavofreire.rp@hotmail.com

JULIANA PETERMANN

Professora associada do Departamento de Ciências da Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM) e Coordenadora do Programa de Pós-graduação em Comunicação. Doutora em Ciências da Comunicação pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos). E-mail: petermann@ufsm.br

LILIANE DUTRA BRIGNOL

Professora do Programa de Pós-graduação em Comunicação, vinculada ao Departamento de Ciências da Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). Mestre e Doutora em Ciências da Comunicação pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos). E-mail: liliane.brignol@ufsm.br



LUIZA DIAS DE OLIVEIRA

Doutora em Comunicação pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). Mestra em Ciências Sociais pelo Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais da Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos). E-mail: diasoliveira.luiza@gmail.com

MÁRCIA FRANZ AMARAL

Doutora em Comunicação pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). Professora titular do Departamento de Ciências da Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). Pesquisadora do CNPq. E-mail: marcia.amaral@ufsm.br

MARCIO MORRISON KAVISKI MARCELLINO

Doutor em Ciências da Comunicação pela Universidade do Vale do Rios dos Sinos (Unisinos). Mestre em Comunicação em Linguagens pela Universidade Tuiuti do Paraná (UTP). Jornalista pela Pontifícia Universidade Católica do Paraná (PUC-PR). Membro do grupo de pesquisa LACIM. Email: marciomorrison@hotmail.com

MARIÂNGELA BARICHELLO BARATTO

Doutoranda em Comunicação pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). Mestre em Tecnologias Educacionais em Rede (UFSM), Publicitária no Instituto Federal do Rio Grande do Sul (IFRS). E-mail: maribbaratto@gmail.com

MARIA IVETE TREVISAN FOSSÁ

Professora Titular da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). Doutora em Administração pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). Graduação em Comunicação Social - Relações Públicas e Administração pela UFSM. Mestrado em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo. E-mail: fossa@terra.com.br



MAURICIO DE SOUZA FANFA

Mestre e Doutor pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação pela Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). Atuou como professor substituto no Departamento de Ciências da Comunicação da UFSM e como pesquisador de pós-doutorado na Södertörn University, Suécia. E-mail: mauricio.fanfa@ufsm.br

REJANE DE OLIVEIRA POZOBON

Docente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação (UFSM). Doutora em Ciências da Comunicação pela Universidade do Vale dos Sinos (Unisinos). Mestre em Educação pela Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), Bacharel em Jornalismo e Relações Públicas (UFSM). Líder do Grupo de Pesquisa Mídia, Discurso e Comunicação Pública (CNPq). E-mail: rejane.pozobon@ufsm.br

ROSANE ROSA

Atuou como Professora Visitante do Programa de Pós-graduação em Jornalismo e Mídias Digitais da Universidade Pedagógica de Maputo\MZ. Coordenadora do Núcleo Regional Sul da Associação Brasileira de Pesquisadores e profissionais em Educomunicação. E-mail: rosanerosar@gmail.com

SANDRA DEPEXE

Docente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e professora adjunta no Departamento de Ciências de Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). Publicitária, Mestre e Doutora em Comunicação pela UFSM. E-mail: sandra.depexe@ufsm.br



VANESSA CRISTINA BACKES

Pós-doutoranda na Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). Jornalista, Mestra e Doutora em Comunicação pela Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). E-mail: backes.vanessa@gmail.com

VERA SIRLEI MARTINS

Professora Adjunta no Departamento de Ciências da Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM, campus Frederico Westphalen). Pesquisadora feminista. E-mail: vera.martins@ufsm.br

VICTOR CESAR RODRIGUES CARVALHO

Administrador de Empresas, Mestre e Doutorando em Comunicação pela Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). E-mail: victor.rodrigues@acad.ufsm.br

VIVIANE BORELLI

Docente no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFSM. Doutora em Ciências da Comunicação pela Unisinos. Mestra e bacharela em Jornalismo pela UFSM. É diretora acadêmica do Ciseco – Centro Internacional de Semiótica e Comunicação. Integra a rede internacional de Pesquisa em Mídiação - MídiaCom. Email: viviane.borelli@ufsm.br

WIGDE ARCANGELO DA SILVA

Jornalista e Mestre em Comunicação pela Universidade Federal de Ouro Preto (UFOP, campus de Mariana). Assessor de Imprensa do Instituto Sou da Paz (SP). E-mail: wigde.arcangelo@gmail.com



ÍNDICE REMISSIVO

- ANÁLISE CULTURAL-MIDIÁTICA** 6, 14, 77, 78, 79, 80, 84, 85, 87, 88, 89, 90, 91, 92, 93, 95, 96, 97, 98, 100, 102
- ANÁLISE DISCURSIVA** 8, 18, 280
- ANÁLISE TEXTUAL** 9, 18, 19, 91, 92, 306, 307, 309, 310, 311, 320, 327, 328
- ANALÍTICA DA MIDIATIZAÇÃO** 9, 19, 355, 356, 357, 369, 375
- ABORDAGEM ETNOGRÁFICA** 16, 17, 182, 215
- ARTICULAÇÕES ACTANCIAIS** 9, 18, 280, 284
- ARTICULAÇÕES ESPACIAIS** 295
- ARTICULAÇÕES TEMPORAIS** 299, 300
- CAMPO** 6, 7, 11, 14, 15, 16, 17, 23, 25, 26, 39, 48, 49, 50, 51, 52, 53, 54, 55, 56, 57, 58, 59, 60, 64, 66, 67, 68, 69, 70, 71, 72, 73, 74, 75, 82, 84, 91, 102, 103, 116, 121, 125, 126, 128, 137, 159, 163, 169, 180, 181, 184, 185, 187, 188, 189, 190, 191, 192, 193, 194, 196, 197, 198, 199, 200, 202, 203, 204, 207, 209, 211, 212, 214, 217, 218, 219, 223, 227, 228, 231, 232, 235, 238, 240, 253, 254, 257, 264, 265, 273, 274, 277, 303, 340, 361, 384, 385, 405, 408
- CARTOGRAFIA** 7, 16, 99, 173, 185, 187, 188, 189, 190, 191, 192, 198, 199, 200, 201, 202, 203, 204, 205
- CAPAS** 9, 19, 133, 143, 158, 161, 355, 356, 357, 358, 359, 360, 361, 362, 363, 364, 365, 366, 367, 368, 369, 370, 371, 374, 375, 376, 378, 379, 380, 381, 382
- CLUBES DE LEITURA** 16, 163, 180, 182, 183
- CONNECTIVIDADE** 18, 225, 357
- DIÁRIO DE CAMPO** 16, 209, 217, 218, 219, 227, 228, 273
- DIGITAL** 18, 19, 86, 94, 109, 110, 115, 119, 129, 143, 164, 169, 182, 184, 230, 235, 237, 247, 280, 282, 289, 291, 298, 302, 357, 361, 371, 373, 374, 376, 378, 379, 380, 396, 410
- DIGITALIZAÇÃO** 18, 115, 280, 291, 376
- ENTREVISTA** 16, 43, 75, 164, 172, 185, 209, 217, 221, 222, 223, 225, 227, 230, 231, 236, 237, 240, 241, 243, 246, 251, 284, 285, 291, 292, 293, 294, 295, 296, 308, 310, 311, 321, 324, 327, 344, 345, 390, 396, 397, 398, 399, 403, 409
- ESTUDOS DE CASO** 18, 27



ESTUDOS DE TENDÊNCIAS 7, 16, 187, 188, 193, 194, 195, 196, 198, 199, 202, 203, 204

ESTUDOS FEMINISTAS 15, 103, 126, 160, 253, 381

FONTES 10, 20, 30, 43, 45, 86, 109, 196, 225, 291, 292, 293, 341, 381, 383, 384, 385, 386, 387, 388, 389, 390, 391, 395, 396, 397, 398, 401, 402, 404, 405, 407, 408, 409,

FONTE COAUTORA 20, 401, 402,

FONTE COLABORADORA 20, 401, 404,

IDENTIDADES EDITORIAIS 15, 130, 153

IDA A CAMPO SEM CERTEZAS 16, 203, 204

IDENTIDADES SOCIAIS 19, 357, 362, 367, 368, 374

INDISCIPLINA METODOLÓGICA 7, 14, 103

INFLUENCIADORAS DIGITAIS 8, 17, 231, 236, 253

JORNALISMO 8, 9, 10, 16, 18, 20, 99, 101, 136, 158, 159, 161, 162, 206, 207, 209, 211, 216, 217, 219, 223, 224, 225, 226, 227, 228, 239, 280, 281, 282, 283, 284, 289, 291, 292, 294, 296, 298, 302, 303, 304, 305, 353, 354, 355, 357, 361, 365, 379, 380, 381, 382, 383, 385, 386, 388, 389, 392, 394, 395, 396, 397, 398, 399, 401, 404, 405, 408, 409

JORNALISMO ALTERNATIVO 10, 20, 383, 394, 409

LINGUAGEM 18, 28, 56, 64, 66, 84, 122, 125, 176, 190, 214, 215, 228, 280, 281, 282, 287, 290, 293, 304, 308, 314, 316, 354, 398, 403

MAPAS DAS MEDIAÇÕES 7, 15, 90, 163, 164, 165, 166, 167

MIDIATIZAÇÃO 9, 19, 34, 38, 45, 46, 61, 82, 206, 208, 209, 210, 211, 212, 215, 219, 223, 225, 226, 228, 355, 356, 357, 365, 366, 368, 369, 371, 372, 375, 376, 377, 380, 410, 411, 416

OBSERVAÇÃO PARTICIPANTE 16, 17, 43, 216, 217, 219, 221, 227, 257, 258, 259, 260, 261, 263, 278

PENSAMENTO DECOLONIAL 15, 103, 126

PERCURSO TEÓRICO-METODOLÓGICO 9, 19, 166, 334

PESQUISA-AÇÃO 8, 17, 256, 257, 258, 259, 260, 261, 262, 264, 265, 266, 267, 268, 269, 270, 271, 272, 273, 274, 275, 276, 277, 278, 279

PLATAFORMAS DIGITAIS 19, 180, 356, 368, 370, 378, 380

PRÁTICAS DE LEITURA 16, 163, 164, 178

PRÁTICA METODOLÓGICA ACADÊMICA 19, 355, 382

PRODUTO EDITORIAL 15, 154, 358, 371, 378

PROTOCOLO METODOLÓGICO 282, 18

PROGRAMAÇÕES 19



PUBLICIDADE 8, 17, 94, 99, 133,
159, 203, 235, 256, 257, 259, 271,
272, 273, 274, 276, 277, 278, 279,
345, 372, 410

REFLEXÃO METODOLÓGICA 13,
258, 277

REPRESENTAÇÕES GRÁFICAS 15,
164, 176

REVISTAS 15, 16, 19, 43, 83, 130,
133, 134, 135, 136, 137, 143, 144,
145, 153, 154, 155, 157, 158, 159,
161, 164, 180, 209, 217, 221, 222,
223, 227, 230, 231, 236, 237, 240,
243, 246, 251, 278, 294, 296, 310,
311, 321, 344, 356, 358, 359, 361,
362, 364, 368, 369, 375, 376, 398,
408

**ROLETA INTERSECCIONAL NA
PESQUISA** 8, 17

SEMIÓTICA DISCURSIVA 18, 283,
284, 301

SEMIÓTICA MATERIAL 6, 13, 21,
22, 23, 24, 25, 26, 27, 31, 42, 43,
44, 45

TÉCNICAS DE PESQUISA 13, 41,
101, 219, 256

TELEVISÃO COMUNITÁRIA 18, 329

TELEVISÃO EDUCATIVA 18

TEXTUALIDADE 9, 19, 40, 175, 330,
333, 334, 335, 336, 346, 351, 352

USOS SOCIAIS DAS MÍDIAS 15,
164, 182, 184

