

Edwaldo Costa
Juliana da Costa Feliz
(Organizadores)

COMUNICAÇÃO E CULTURA:

processos
contemporâneos

2


Atena
Editora
Ano 2022

Edwaldo Costa
Juliana da Costa Feliz
(Organizadores)

COMUNICAÇÃO E CULTURA:

processos
contemporâneos

2

Atena
Editora
Ano 2022

Editora chefe

Profª Drª Antonella Carvalho de Oliveira

Editora executiva

Natalia Oliveira

Assistente editorial

Flávia Roberta Barão

Bibliotecária

Janaina Ramos

Projeto gráfico

Bruno Oliveira

Camila Alves de Cremo

Daphynny Pamplona

Luiza Alves Batista

Natália Sandrini de Azevedo

Imagens da capa

iStock

Edição de arte

Luiza Alves Batista

2022 by Atena Editora

Copyright © Atena Editora

Copyright do texto © 2022 Os autores

Copyright da edição © 2022 Atena Editora

Direitos para esta edição cedidos à Atena Editora pelos autores.

Open access publication by Atena Editora



Todo o conteúdo deste livro está licenciado sob uma Licença de Atribuição *Creative Commons*. Atribuição-Não-Comercial-NãoDerivativos 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0).

O conteúdo dos artigos e seus dados em sua forma, correção e confiabilidade são de responsabilidade exclusiva dos autores, inclusive não representam necessariamente a posição oficial da Atena Editora. Permitido o *download* da obra e o compartilhamento desde que sejam atribuídos créditos aos autores, mas sem a possibilidade de alterá-la de nenhuma forma ou utilizá-la para fins comerciais.

Todos os manuscritos foram previamente submetidos à avaliação cega pelos pares, membros do Conselho Editorial desta Editora, tendo sido aprovados para a publicação com base em critérios de neutralidade e imparcialidade acadêmica.

A Atena Editora é comprometida em garantir a integridade editorial em todas as etapas do processo de publicação, evitando plágio, dados ou resultados fraudulentos e impedindo que interesses financeiros comprometam os padrões éticos da publicação. Situações suspeitas de má conduta científica serão investigadas sob o mais alto padrão de rigor acadêmico e ético.

Conselho Editorial**Ciências Humanas e Sociais Aplicadas**

Prof. Dr. Adilson Tadeu Basquerote Silva – Universidade para o Desenvolvimento do Alto Vale do Itajaí

Prof. Dr. Alexandre de Freitas Carneiro – Universidade Federal de Rondônia

Prof. Dr. Alexandre Jose Schumacher – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Paraná

Prof. Dr. Américo Junior Nunes da Silva – Universidade do Estado da Bahia

Profª Drª Ana Maria Aguiar Frias – Universidade de Évora

Profª Drª Andréa Cristina Marques de Araújo – Universidade Fernando Pessoa



Prof. Dr. Antonio Carlos da Silva – Universidade Católica do Salvador
Prof. Dr. Antonio Carlos Frasson – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Prof. Dr. Antonio Gasparetto Júnior – Instituto Federal do Sudeste de Minas Gerais
Prof. Dr. Antonio Isidro-Filho – Universidade de Brasília
Prof. Dr. Arnaldo Oliveira Souza Júnior – Universidade Federal do Piauí
Prof. Dr. Carlos Antonio de Souza Moraes – Universidade Federal Fluminense
Prof. Dr. Crisóstomo Lima do Nascimento – Universidade Federal Fluminense
Prof^ª Dr^ª Cristina Gaio – Universidade de Lisboa
Prof. Dr. Daniel Richard Sant’Ana – Universidade de Brasília
Prof. Dr. Deyvison de Lima Oliveira – Universidade Federal de Rondônia
Prof^ª Dr^ª Dilma Antunes Silva – Universidade Federal de São Paulo
Prof. Dr. Edvaldo Antunes de Farias – Universidade Estácio de Sá
Prof. Dr. Elson Ferreira Costa – Universidade do Estado do Pará
Prof. Dr. Eloi Martins Senhora – Universidade Federal de Roraima
Prof. Dr. Gustavo Henrique Cepolini Ferreira – Universidade Estadual de Montes Claros
Prof. Dr. Humberto Costa – Universidade Federal do Paraná
Prof^ª Dr^ª Ivone Goulart Lopes – Istituto Internazionele delle Figlie de Maria Ausiliatrice
Prof. Dr. Jadilson Marinho da Silva – Secretaria de Educação de Pernambuco
Prof. Dr. Jadson Correia de Oliveira – Universidade Católica do Salvador
Prof. Dr. José Luis Montesillo-Cedillo – Universidad Autónoma del Estado de México
Prof. Dr. Julio Candido de Meirelles Junior – Universidade Federal Fluminense
Prof. Dr. Kárpio Márcio de Siqueira – Universidade do Estado da Bahia
Prof^ª Dr^ª Keyla Christina Almeida Portela – Instituto Federal do Paraná
Prof^ª Dr^ª Lina Maria Gonçalves – Universidade Federal do Tocantins
Prof^ª Dr^ª Lucicleia Barreto Queiroz – Universidade Federal do Acre
Prof. Dr. Luis Ricardo Fernandes da Costa – Universidade Estadual de Montes Claros
Prof. Dr. Lucio Marques Vieira Souza – Universidade do Estado de Minas Gerais
Prof^ª Dr^ª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Prof^ª Dr^ª Marianne Sousa Barbosa – Universidade Federal de Campina Grande
Prof. Dr. Marcelo Pereira da Silva – Pontifícia Universidade Católica de Campinas
Prof^ª Dr^ª Maria Luzia da Silva Santana – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
Prof. Dr. Miguel Rodrigues Netto – Universidade do Estado de Mato Grosso
Prof. Dr. Pedro Henrique Máximo Pereira – Universidade Estadual de Goiás
Prof. Dr. Pablo Ricardo de Lima Falcão – Universidade de Pernambuco
Prof^ª Dr^ª Paola Andressa Scortegagna – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Prof^ª Dr^ª Rita de Cássia da Silva Oliveira – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Prof. Dr. Rui Maia Diamantino – Universidade Salvador
Prof. Dr. Saulo Cerqueira de Aguiar Soares – Universidade Federal do Piauí
Prof. Dr. Urandi João Rodrigues Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará
Prof^ª Dr^ª Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande
Prof^ª Dr^ª Vanessa Ribeiro Simon Cavalcanti – Universidade Católica do Salvador
Prof. Dr. William Cleber Domingues Silva – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
Prof. Dr. Willian Douglas Guilherme – Universidade Federal do Tocantins



Comunicação e cultura: processos contemporâneos 2

Diagramação: Camila Alves de Cremo
Correção: Mariane Aparecida Freitas
Indexação: Amanda Kelly da Costa Veiga
Revisão: Os autores
Organizadores: Edwaldo Costa
Juliana da Costa Feliz

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

C741 Comunicação e cultura: processos contemporâneos 2 /
Organizadores Edwaldo Costa, Juliana da Costa Feliz. –
Ponta Grossa - PR: Atena, 2022.

Formato: PDF

Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader

Modo de acesso: World Wide Web

Inclui bibliografia

ISBN 978-65-258-0305-0

DOI: <https://doi.org/10.22533/at.ed.050221207>

1. Comunicação e cultura. I. Costa, Edwaldo
(Organizador). II. Feliz, Juliana da Costa (Organizadora). III.
Título.

CDD 303.4833

Elaborado por Bibliotecária Janaina Ramos – CRB-8/9166

Atena Editora

Ponta Grossa – Paraná – Brasil

Telefone: +55 (42) 3323-5493

www.atenaeditora.com.br

contato@atenaeditora.com.br



Atena
Editora
Ano 2022

DECLARAÇÃO DOS AUTORES

Os autores desta obra: 1. Atestam não possuir qualquer interesse comercial que constitua um conflito de interesses em relação ao artigo científico publicado; 2. Declaram que participaram ativamente da construção dos respectivos manuscritos, preferencialmente na: a) Concepção do estudo, e/ou aquisição de dados, e/ou análise e interpretação de dados; b) Elaboração do artigo ou revisão com vistas a tornar o material intelectualmente relevante; c) Aprovação final do manuscrito para submissão.; 3. Certificam que os artigos científicos publicados estão completamente isentos de dados e/ou resultados fraudulentos; 4. Confirmam a citação e a referência correta de todos os dados e de interpretações de dados de outras pesquisas; 5. Reconhecem terem informado todas as fontes de financiamento recebidas para a consecução da pesquisa; 6. Autorizam a edição da obra, que incluem os registros de ficha catalográfica, ISBN, DOI e demais indexadores, projeto visual e criação de capa, diagramação de miolo, assim como lançamento e divulgação da mesma conforme critérios da Atena Editora.



DECLARAÇÃO DA EDITORA

A Atena Editora declara, para os devidos fins de direito, que: 1. A presente publicação constitui apenas transferência temporária dos direitos autorais, direito sobre a publicação, inclusive não constitui responsabilidade solidária na criação dos manuscritos publicados, nos termos previstos na Lei sobre direitos autorais (Lei 9610/98), no art. 184 do Código penal e no art. 927 do Código Civil; 2. Autoriza e incentiva os autores a assinarem contratos com repositórios institucionais, com fins exclusivos de divulgação da obra, desde que com o devido reconhecimento de autoria e edição e sem qualquer finalidade comercial; 3. Todos os e-book são *open access*, *desta forma* não os comercializa em seu site, sites parceiros, plataformas de *e-commerce*, ou qualquer outro meio virtual ou físico, portanto, está isenta de repasses de direitos autorais aos autores; 4. Todos os membros do conselho editorial são doutores e vinculados a instituições de ensino superior públicas, conforme recomendação da CAPES para obtenção do Qualis livro; 5. Não cede, comercializa ou autoriza a utilização dos nomes e e-mails dos autores, bem como nenhum outro dado dos mesmos, para qualquer finalidade que não o escopo da divulgação desta obra.



APRESENTAÇÃO

O e-book *Comunicação e Cultura: Processos contemporâneos 2*, intenta uma empreitada tanto ampla quanto profunda, a fim de compreender algumas das mudanças socioculturais que marcaram a passagem do século XX para o século XXI e que explicam a convergência entre fatos comunicacionais e culturais.

A extensão do desafio intelectual da empreitada fica evidente desde o e-book 1, justamente por conta da abrangência da abordagem. Os campos da Cultura e da Comunicação, notadamente amplos, são suficientemente próximos e convergentes; no entanto, também o são distintos e específicos. Ambos caminham em trilhas próximas, imiscuem-se, dialogam, trocam influências, delimitam procedimentos sociais, definem comportamentos individuais.

Para abarcar discussões de tamanha monta, esta obra digital lança um olhar multidisciplinar para a Comunicação e a Cultura, mais especificamente sobre os processos contemporâneos. Como pode-se observar, os 17 artigos refletem uma pluralidade de assuntos interligados ao tema, permitindo um intercâmbio de conhecimentos, uma vez que apropria-se de contexto que envolvem a memória da imprensa e a perspectiva hermenêutica; o habitar em contextos híbridos; as comunicações durante a pandemia; o potencial de experiência aurática em fotografias em preto e branco; o novo newsmaking; o ambiente organizacional; a contribuição das mídias na promoção de cidadania; o feminicídio; as pautas religiosas; a economia colaborativa; as atividades laborativas sustentáveis; a indústria 4.0; a comunicação pela arte; a indústria literária; a resiliência no documentário e a discussão emblemática de uniformes esportivos femininos na mídia.

Como toda obra coletiva, esta também precisa ser lida tendo-se em consideração a diversidade e a riqueza específica de cada contribuição. A partir desse material, esperamos que leitores e leitoras explorem as interconexões permitidas pelas Ciências da Comunicação, possam fazer reflexões e implicações de acordo com seus interesses de estudo, formação e prática, na esperança de produzir luzes para o mundo contemporâneo.

Por fim, espera-se que com a composição diversa de autores e autoras, questões, problemas, pontos de vista, perspectivas e olhares, ofereça uma contribuição plural e significativa para a comunidade científica e profissionais da área.

Edwaldo Costa
Juliana da Costa Feliz

SUMÁRIO

CAPÍTULO 1..... 1

A MEMÓRIA HISTÓRICA DO IMPRESSO E A PERSPECTIVA HERMENÊUTICA

Juliana da Costa Feliz


Edwaldo Costa

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.0502212071>

CAPÍTULO 2..... 21

HABITAR EM CONTEXTOS HÍBRIDOS: PRESENÇA SOCIAL, RIQUEZA MÉDIA, AUTO-APRESENTAÇÃO E AUTORREVELAÇÃO NO DIGITAL

Douglas Rossi Ramos

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.0502212072>

CAPÍTULO 3..... 34


LAS COMUNICACIONES: UN RETO EDUCATIVO DURANTE LA PANDEMIA

Teresita de Jesús Marrugo-Puello

Jasleidy Ruiz-Herrera

Onasis Losada-Zamora

María Isabel Ramírez-Garzón

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.0502212073>

CAPÍTULO 4..... 45

O POTENCIAL DE EXPERIÊNCIA AURÁTICA EM FOTOGRAFIAS EM PRETO E BRANCO

Marcia Boroski


 <https://doi.org/10.22533/at.ed.0502212074>

CAPÍTULO 5..... 60

O LEITOR MANDA NOTÍCIA (POR WHATSAPP): A INTERATIVIDADE NO NOVO NEWSMAKING DO DIÁRIO GAÚCHO

Beatriz Dornelles


Patrícia Specht

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.0502212075>

CAPÍTULO 6..... 71

O CONTRIBUTO DOS MEDIA NA PROMOÇÃO DA CIDADANIA NA CIDADE NAMPULA

Anifo Inusso Moniz Martinho


 <https://doi.org/10.22533/at.ed.0502212076>







CAPÍTULO 7..... 82


PENALIZAÇÃO, PROTESTO E IMPOSIÇÃO: A DISCUSSÃO DE TRÊS CASOS EMBLEMÁTICOS DE UNIFORMES ESPORTIVOS FEMININOS E SUAS REPERCUSSÕES NA MÍDIA

Marcelo Ribeiro Tavares

Frederico Braida

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.0502212077>


CAPÍTULO 8	97
FONTES UTILIZADAS EM MATÉRIAS SOBRE FEMINICÍDIOS - MARCADORES DO MACHISMO NO JORNAL A TRIBUNA/ES	
Jaciele Cristina Simoura Maria Emília Pelisson Manente	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.0502212078	
CAPÍTULO 9	110
COMUNICAÇÃO E IGREJA CATÓLICA: PROPOSTA DE CRITÉRIOS DE NOTICIABILIDADE NO DESENVOLVIMENTO DE PAUTAS RELIGIOSAS	
Elisa Ferreira Roseira Leonardi	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.0502212079	
CAPÍTULO 10	136
REPRESENTATIVIDADE: REFLEXÃO SOBRE A INDÚSTRIA LITERÁRIA ATRAVÉS DO LIVRO-REPORTAGEM “NÃO. ELE NÃO ESTÁ”	
Eduardo Faria Andreza Alves José Gabriel Andrade	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.05022120710	
CAPÍTULO 11	149
PERFORMANCE, MEMÓRIA E NARRATIVIDADE: AS CHAVES PARA A RESILIÊNCIA NO DOCUMENTÁRIO <i>KÁTIA</i>	
Jamilson José Alves-Silva	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.05022120711	
CAPÍTULO 12	168
INDÚSTRIA 4.0 E GESTÃO SUSTENTÁVEL PODEM COEXISTIR?	
Diego Ramalho Brasileiro Silva Milton Carlos Farina	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.05022120712	
CAPÍTULO 13	187
A REVITALIZAÇÃO DO CENTRO CULTURAL SESC GLÓRIA E O DESVELAMENTO DA CIDADE CRIATIVA _ A COMUNICAÇÃO PELA ARTE PARA EFETIVAÇÃO DE UMA DIALOGIA COM O ENTORNO	
Tatiana Gianordoli Teixeira Quadros Ivana Esteves Passos	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.05022120713	
CAPÍTULO 14	193
ECONOMIA COLABORATIVA: MODELO DE NEGÓCIOS COM ÊNFASE NA SUSTENTABILIDADE	
Diego Ramalho Brasileiro Silva Milton Carlos Farina	

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.05022120714>

CAPÍTULO 15.....214

ATIVIDADES LABORATIVAS SUSTENTÁVEIS NA COLÔNIA PENAL AGRÍCOLA DO SERTÃO: UMA ANÁLISE DE SUA EFICÁCIA NA EXECUÇÃO PENAL

Iranilton Trajano da Silva

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.05022120715>

CAPÍTULO 16.....218


O MODELO PERMA COMO DIAGNÓSTICO DO AMBIENTE ORGANIZACIONAL E BEM-ESTAR DOS COLABORADORES

Antonio Aparecido de Carvalho

Marco Antonio Spada

Milton Carlos Farina

Leonardo Biche de Carvalho

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.05022120716>

CAPÍTULO 17.....224

VIVÊNCIAS DO SERINGUEIRO NA IMPRENSA AMAZONENSE: UM PANORAMA DAS REPRESENTAÇÕES (1890-1920)

Daniel Barros de Lima

Larissa Benevides da Costa Barros

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.05022120717>

SOBRE OS ORGANIZADORES237

ÍNDICE REMISSIVO.....238

CAPÍTULO 1

A MEMÓRIA HISTÓRICA DO IMPRESSO E A PERSPECTIVA HERMENÊUTICA

Data de aceite: 04/07/2022

Juliana da Costa Feliz

Doutora em Ciências da Informação – Jornalismo e Estudos Mediáticos pela Universidade Fernando Pessoa – UFP e mestre em Estudos de Linguagens – Linguística e Semiótica pela Universidade Federal de Mato Grosso do Sul – UFMS
<http://lattes.cnpq.br/0404199463299921>

Edwaldo Costa

Pós-doutorando no Programa de Pós-Graduação em História da UnB
<http://lattes.cnpq.br/3950553227038648>
<https://orcid.org/0000-0002-3416-3815>

RESUMO: O presente capítulo está dividido em três partes. A primeira disserta sobre o caráter documental e histórico do impresso. A segunda trata dos aspectos fundamentais do discurso do jornalismo impresso, e a terceira apresenta alguns pilares teóricos da Hermenêutica e da Análise do Discurso. O percurso visa conduzir à reflexão sobre as relações entre os conceitos apresentados, base metodológica para um campo vasto de abordagens investigativas em jornalismo.

PALAVRAS-CHAVE: Jornalismo impresso; jornalismo documental; hermenêutica; análise do discurso.

ABSTRACT: This chapter is divided into three parts. The first discusses the documentary and historical character of the printed matter. The

second deals with the fundamental aspects of print journalism discourse, and the third presents some theoretical pillars of Hermeneutics and Discourse Analysis. The course aims to lead to reflection on the relationships between the concepts presented, methodological basis for a vast field of investigative approaches in journalism.

KEYWORDS: Printed journalism; documentary journalism; hermeneutics; speech analysis.

1 | O CARÁTER DOCUMENTAL E HISTÓRICO DO IMPRESSO

As páginas dos jornais e revistas são documentos que, conforme afirma Barbosa (2020, p. 114), estão repletos das intencionalidades com as quais foram produzidos e das quais o pesquisador, ao selecioná-los, estabelece. O documento seria sempre indicador de uma “intencionalidade manifesta”, seja quando foi produzido e começou a circular, com as finalidades daquele tempo enquanto presente, ou posteriormente, no futuro, quando novamente é um índice aberto a múltiplas interpretações. Sobre a questão, a autora ressalta que, ao considerar a possibilidade interpretativa de um documento, o primeiro passo deve ser avaliar a sua significância:

É preciso considerar as suas especificidades e as funções que ele originalmente desempenhou no momento de sua constituição. O que estou destacando é que

a intencionalidade de sua produção, sua perspectiva de duração ou sua efemeridade – fazendo com que outras ações de fixação no instante da pesquisa sejam fundamentais – são questões importantes para a sua percepção como objeto empírico (Barbosa, 2020, p.114).

Conforme Moreira (2011, pp. 271-272), a análise documental compreende identificar, verificar e apreciar documentos para determinado fim. Para a autora, no caso da pesquisa científica é, ao mesmo tempo, método e técnica. Considera-se um método porque “pressupõe o ângulo escolhido como base de uma investigação” e, técnica, porque “é um recurso que complementa outras formas de obtenção de dados”.

Muniz Sodré (2012, p. 80) elucida que o tempo só começa a fazer sentido para o ser humano a partir do Renascimento, quando passou a ser entendido e mensurado. Antes disso, na Antiguidade, as pessoas compreendiam o fluxo temporal dos eventos cotidianos a partir das percepções do que se repetia na natureza, como as estações do ano e os ciclos de vida dos animais. Segundo o autor, a temporalidade histórica ingressa na sociedade a partir da modernidade e foi organizada com base no discurso midiático. A notícia seria, por essa perspectiva, uma forma de marcar e estruturar o tempo.

Todo e qualquer fato tornado acontecimento pelo jornalismo implica uma pontuação rítmica, pouco importando se o acontecimento se deu no passado ou no presente contínuo (Sodré, 2012, p. 8).

De acordo com Paillet (*cit. in* Ponte, 2004), seriam dois percursos culturais distintos a influenciar o jornalismo: um teria vindo dos escribas tradicionais, cuja função era dar a conhecer para o futuro as relações entre estruturas sociais e institucionais, em especial os feitos das classes dominantes; o segundo teria vindo da tradição oral, como as conversas, narrativas dos contadores e comentadores das feiras. Para o autor, o segundo seria o mais provável, por estar mais próximo da realidade social, econômica e técnica das pessoas comuns, e teria, também, um papel determinante na transmissão de saberes práticos.

Ao lado do registro dos factos considerados essenciais para as classes dominantes, expressos no tom de autoridades nas *Crônicas*, circulavam esses registos nos almanaques, repertórios, calendários, prognósticos, frequentemente como máximas e aforismos. São estas duas orientações de conteúdos e de registos que se vão reunir e expressar no jornalismo (Paillet *cit. in* Ponte, 2004, p. 21).

Tal característica da mídia impressa é tratada por Charaudeau (2006, p. 113) ao evidenciar que o espaço criado entre os dois pontos que conectam a informação faz com que “o que foi escrito permaneça como um traço para o qual se pode sempre retornar”. Isso significa dizer que tanto o jornalista, que tem o poder de corrigir o que escreveu durante o processo do fazer, com a ferramenta da edição textual, quanto o leitor, que poderá sempre retornar ao jornal ou à revista para rememorar o que foi lido anteriormente, ou seja, ambos podem estabelecer uma ligação com o passado. O impresso, por esse ponto de vista, seria uma fonte memorial material à disposição do leitor para sua livre interpretação.

Na busca de perceber as relações entre os primeiros conceitos apresentados, podemos adentrar o universo da comunicação e do vínculo com a temporalidade. Para Barbosa (2019, p. 14), o ato comunicacional tem a capacidade de “produzir um hiato no tempo e transportar, do passado para o presente, vestígios duradouros que só perduraram por serem atos de comunicação”. A autora afirma que por meio das ações e reações produzidas no ato comunicacional é possível “prefigurar o tempo numa dimensão em que se estabelecem liames e ligações do passado tornado presente e vislumbrado como futuro”.

Um fator elementar, mas não menos importante, que difere o impresso das outras mídias, é a questão do valor documental do registro. O que está escrito no papel carrega em si a materialidade documental, o contrário da palavra pronunciada, da oralidade, que pode se dissipar mais facilmente e demanda ferramentas mais complexas para o seu resgate memorial. Para Charaudeau (2006, p. 113), “a escrita desempenha o papel de prova para a instauração da verdade, o que não é possível para a oralidade, não recuperável e aparentemente mais efêmera”.

Em sua obra *História e memória*, Jacques Le Goff (1990, p. 6) diz que, desde a Antiguidade, a ciência histórica reúne documentos escritos e faz deles testemunhos além dos “oculares e auriculares”, superando as limitações da transmissão oral do passado. Conforme o autor, por meio da criação de bibliotecas e arquivos foi possível ter à disposição esses materiais históricos. Todavia, ele também elabora uma crítica quando afirma que o documento “não é um material bruto, objetivo e inocente, mas que exprime o poder da sociedade do passado sobre a memória e o futuro”. Para o autor, “o documento é monumento”.

Le Goff (1990, p. 5) explica que a ciência histórica pode ser definida em relação à realidade sobre a qual se “indaga”, se “testemunha”, diferentemente da matemática e das ciências da natureza e da vida, que são construídas e observadas. Para o autor, a história inicia-se com um relato, a narração de alguém que pode dizer: “eu vi, senti”. E analisa, ainda, que este aspecto da “história-relato, da história-testemunho, jamais deixou de estar presente no desenvolvimento da ciência histórica.”

Paradoxalmente, hoje se assiste à crítica deste tipo de história pela vontade de colocar a explicação no lugar da narração, mas também, ao mesmo tempo, presencia-se o renascimento da história-testemunho através do “retorno do evento” ligado aos novos *media*, ao surgimento de jornalistas entre os historiadores e ao desenvolvimento da “história imediata” (Le Goff, 1990, p. 5).

Ao distinguir e conceituar documento, testemunho, história e memória, Chartier (2009, pp. 21-22) é bastante preciso ao afirmar que a história está relacionada ao nível documental que atesta “a verdade presumida como incontestável presente na epistemologia histórica como discurso verdadeiro sobre o passado”. Para o autor, memória diz respeito ao nível declaratório do testemunho, enquanto o documento é caracterizado por sua indicialidade. Já a noção de testemunho baseia-se no pressuposto da confiança outorgada

a quem esteve presente no momento em que determinado evento aconteceu, ou seja, vivenciou-o de alguma maneira.

Lopes (2002, p. 6) faz alusão aos arquivos registrados em suportes físicos, como a própria escrita e a fotografia. Segundo o autor, esses documentos podem ser interpretados, seja por profissionais, seja por aqueles que conhecem os conteúdos ou vivenciaram determinado fato, de modo direto ou indireto. E complementa que esses documentos são úteis tanto para a formação das memórias individuais, quanto as coletivas. O autor reitera que também é indicado que tais registros passem por uma legitimação em diferentes graus.

Tendo como parâmetro as afirmações de Lopes (2002, p. 6), pode-se dizer que a memória seria uma representação, uma construção carregada de elementos simbólicos diversos. Segundo o autor, haveria uma lacuna entre o que de fato aconteceu e o que se acredita, ou se imagina, ter acontecido, o fato em si, desprovido de qualquer tipo de visão posterior ou viés interpretativo. Por essa perspectiva, o autor evidencia que não se pode deixar de questionar um relato pessoal, sendo fundamental, além de interpretar o testemunho, “confrontá-lo com outras fontes e compreendê-lo à luz das condições de sua criação”.

Barbosa (2019, p. 14) considera que os meios de comunicação, em especial as narrativas que têm a pretensão de atestar a verdade dos fatos, elaboram um discurso baseado na “noção de testemunho”, como acontece nos textos jornalísticos, que mostram um “sujeito real”, que vivencia diretamente ou presencia determinado acontecimento, podendo ser, inclusive, o próprio jornalista. Neste caso, o profissional testemunha o fato e confronta o que dizem as demais testemunhas, colocando em cena o contraditório, com a intenção de buscar uma versão isenta, em que se ouvem todos os lados de uma mesma história.

A partir do nível declaratório do testemunho, produzem uma versão do acontecimento com pretensão a ser, desde a sua construção, espécie de arquivo para a história. Assim, se pudesse ser feito algum tipo de generalização, o que os meios de comunicação fazem é produzir uma memória presumidamente válida e comum, inserindo-a na história e não na memória (Barbosa, 2019, p. 21).

Ao apresentar pontos de convergência entre os discursos transmitidos pela mídia e a edificação da memória coletiva, Lopes (2002, p. 4) parte do pressuposto que os processos de comunicação e informação são artificiais. Para o autor, trata-se de representações, ou seja, construções ideológicas e mentais que são compartilhadas socialmente. Seriam, nesse caso, os processos de produção de dados e as trocas simbólicas. Por essa perspectiva, os “artefatos de memória” seriam partes de representações da mente dos seres humanos, que são compartilhadas entre os meios de comunicação e o público. A definição tem como ponto de partida a ideia que um olhar sobre o passado deve ser “legitimado e validado pelos receptores para ter funcionalidade social”.

O documento é índice e vestígio de algo que pode indicar presença ou ausência, seja do passado ou do presente. A afirmativa de Barbosa (2020, p. 115) sustenta-se quando se entende vestígio como uma marca de algo que passou. Os sinais duradouros possibilitam que sejam interpretados pelo pesquisador segundo suas próprias escolhas. Conforme a abordagem da autora, o vestígio deixa evidente o quanto “o passado está contido no presente”, pois as mensagens e sinais indicam a sua presença.

Todavia, Barbosa (2020, p. 115) reitera que é fundamental entender e capturar o vestígio e não apenas notar a sua presença. A autora explica que perceber um vestígio como mensagem pressupõe, inicialmente, identificá-lo e reconhecê-lo como tal, estando aberto às possibilidades interpretativas, sempre pela perspectiva do presente. Barbosa enfatiza que para que algo seja considerado um vestígio, “o indício deve ser recebido como algo significativo, ao ser compreendido no presente na qualidade de documento”. E delega ao pesquisador do presente a tarefa de atribuir valor aos documentos. Com base no exposto, a autora conclui que “um vestígio é sempre documento do presente, mesmo que se reporte a alguma teia de significação do passado” (Barbosa, 2020, p.115).

A partir do exposto, pode-se questionar o que seria o fazer jornalístico e a produção da notícia nesse contexto. Para Sousa (2006, p. 204), é necessário considerar a distinção a partir da “noção de testemunho”, que é inerente às produções narrativas dos meios de comunicação, em especial às jornalísticas. Esses relatos são construídos com base na constatação do “eu estava lá”, assim como a atestação de que “se você também estava lá, pode atestar o que eu digo por estar lá” e da confrontação, que é validado pela premissa de que “o que eu vi como testemunha é semelhante ou não ao que você também viu por estar lá”.

Por essa perspectiva, a característica documental do impresso, associada à credibilidade confiada ao jornalista e, principalmente, às fontes de informação especializadas e testemunhais, fazem das mídias impressas, ainda, mecanismos eficientes no que compete à confiabilidade e ao valor de registro da memória coletiva de um tempo passado que reverbera no presente. A possibilidade de acesso à leitura, arquivo e reprodução dos originais também conferem ao impresso o caráter de um documento que não pode ser ignorado como a transcrição de uma época e fonte de pesquisa relevante para diversas áreas do saber.

Lopes (2002, p. 5) defende a abordagem que, para que sejam formados os padrões de memória, as mídias recolhem e alimentam de modo repetitivo o que “alguns chamam de imaginário e outros de memória social”. Conforme o autor, haveria uma memória individual, ou seja, o registro cerebral da experiência vivida, que é lida e relida repetidamente pela subjetividade humana no decorrer da existência. Com base na “história oral” referida por Lopes, a experiência contemporânea não seria igual aos fatos do passado, pois as narrativas refletem os percursos sócio-históricos e, principalmente, o momento em que foi colhido determinado depoimento ou testemunho.

Barbosa (2002, p. 114) parte do pressuposto que os documentos nos estudos de comunicação devem ser observados a partir de princípios específicos e da concordância dos que vivem os processos que estão sendo analisados e reconstruídos. Haveria, para a autora, “um acionamento memorável persistente em relação a esses documentos, o qual deve ser considerado, e uma certa relação com o verossímil que eles instituem” (Barbosa, 2020, p. 14).

Segundo Sousa (2006, p. 204), o jornalista atua como um coletor de informações junto às fontes testemunhais ou especializadas, podendo, inclusive, ser a própria fonte quando presencia os acontecimentos. O profissional de jornalismo seria também aquele que, posteriormente, processa e prepara a informação que será veiculada pelo órgão jornalístico para o qual o trabalha. Para Nora (*cit. in* Sousa 2006, p. 212), “o jornalismo moderno transformava a notícia em acontecimento, legitimando o ingresso dos acontecimentos na história”.

Imprensa, rádio, imagens não agem apenas como meios dos quais os acontecimentos seriam relativamente independentes, mas como a própria condição de sua existência. A publicidade dá forma à sua própria produção (Nora, 1988, p. 181).

Maurice Halbwachs, no livro *A memória coletiva* (1990), faz observações sobre o papel do jornal impresso no processo de construção de um lugar na memória coletiva de uma sociedade. Para o autor, se houvesse apenas as anotações históricas com datas e definições ou lembranças arbitrárias dos acontecimentos, o meio social passado nos seria bem exterior. Halbwachs destaca que em sociedades mais complexas, muitas das existências se desenvolvem “sem contato com os interesses comuns do maior número daqueles que leem os jornais e prestam alguma atenção nos negócios públicos” (Halbwachs, 1990, p. 55).

O jornal impresso é entendido, por Halbwachs (1990, p. 109), como um documento importante para o trabalho dos historiadores. Por outro lado, questiona o fato de parte deles darem demasiada atenção às opiniões de uma época, tornando-as quase um guia. Segundo o autor, é fundamental que se levante e apoie-se nos depoimentos antigos, a partir de tal rastro que “subsiste nos textos oficiais, jornais da época, nas memórias escritas pelos contemporâneos”. O posicionamento de Halbwachs se dá pelo motivo de que, para ele, aquelas opiniões não existem mais e nada têm a ver com a opinião de então. E acrescenta que “não somos obrigados a levá-la em conta, não se tem medo que ela venha a se chocar com um desmentido”.

Relativamente aos pontos de convergência entre a história e o jornalismo, Sousa (2006, p. 250) explica que a notícia pode ser afetada pelo momento histórico e sentido de realidade das pessoas, a depender de seus valores, normas, crenças, ideias e relações sociais estabelecidas. Para o autor, os efeitos das notícias estão relacionados a um conjunto de circunstâncias de uma dada sociedade, sejam elas ideológicas, sejam culturais,

política entre outras. Sobre a notícia jornalística e seus preceitos históricos, Sousa (2006) conceitua que:

É o produto da interação histórica e presente (sincrética) de forças pessoais, sociais (organizacionais e extra-organizacionais), ideológicas, culturais, históricas e do meio físico e dos dispositivos tecnológicos que intervêm na sua produção e através dos quais são difundidas (Sousa, 2006, p. 240).

Quando se trata do jornalismo impresso, existe um ponto importante que deve ser considerado: o tempo demandado no processo de produção, que vai da emissão até recepção do produto pelos leitores. Do trabalho técnico do jornalista, com a coleta do material e o tratamento técnico das informações, até a distribuição de um periódico, passando pela revisão, edição, editoração e impressão, existe um espaço significativo que promove um distanciamento entre a palavra escrita e a leitura em si, a interpretação da mensagem final.

Traquina (2005, p. 19) conceitua que, segundo a ideologia profissional, o “jornalismo é a realidade”. O autor considera que há verdade nessa afirmação, uma vez que se trata de um acordo, entre os profissionais e os que consomem o conteúdo jornalístico, como leitores, ouvintes e telespectadores. É com base nesse pressuposto do contrato firmado que o jornalista confere credibilidade às histórias que conta, que passam a ser declaradas como reais e, posteriormente, são transmitidas ao público no formato noticioso. Relatar a realidade dos fatos, tais como aconteceram, seria o princípio norteador do trabalho do jornalista.

Seguindo uma linha de pensamento semelhante, Kieling (2014, p. 60) pondera que tanto a história quanto o jornalismo estão “impregnados pela ação humana, pelos contextos, pelos resultados, pelas finalidades”, mas não podem romper com a narrativa da realidade. Conforme a visão da autora, os eventos que fizeram parte de um passado distante ou estão ligados a uma contemporaneidade só podem ser revividos na forma discursiva e, quando têm contato com o leitor, “são novamente ‘protocolados’ em uma tradição: as regras e os sentidos linguísticos, a cultura, o contexto, as experiências individuais.”

Antunes (2007, p. 32) trata do ato de narrar do jornalista como uma condição de compreensão, em que “implica o acontecimento numa referência a sua própria história”, ou seja, “o presente das coisas passadas”. O autor reflete sobre o fato em si não como sendo diferente da história, mas sim constituindo o “presente das coisas presentes”. Conforme reflete o autor, “o presente das coisas futuras é a própria expectativa do desenrolar-se, de sequência, posta pelo acontecimento” (Antunes, 2007, p. 32).

Ao referenciar Jean-François Tétu, Antunes (2007, p. 26) argumenta que as informações produzidas pelo sistema midiático poderiam significar uma nova forma de relação da sociedade com o tempo, e que os acontecimentos são como “matéria-prima da ação dos meios de comunicação de massa”. Para Sousa (2006, p. 242), as notícias seriam “um produto da história, durante a qual agiram as restantes forças que enformam

as notícias que existem no presente”. A história seria, para o autor, a maneira de narrar e descrever, os meios de produzir e difundir.

O presente fornece o referente que sustenta o conteúdo e as circunstâncias actuais de produção. Ao ser simultaneamente histórica e presente, a notícia é sincrética (Sousa, 2006, p. 242).

Charaudeau (2006, p. 133) pondera que o caráter de cotemporalidade que define a atualidade da mídia não deve ser confundido com o de outros domínios. O autor argumenta que o espaço e o tempo considerados pela história, em especial o que é delimitado como contemporâneo, é muito mais extenso do que para outros campos do conhecimento. Esse paradigma seria definido com base na permanência das organizações que compõem uma sociedade, e em como os povos e as nações se comportam em seu imaginário social diante dos valores simbólicos que os sustentam. A contemporaneidade da mídia seria, conforme o autor, baseada na aparição de o acontecimento ser mais substancial que a transmissão e o consumo da notícia.

A noção da atualidade é de importância central no contrato midiático, tanto que se pode dizer que é ele que guia as escolhas temáticas. Isso explica duas características essenciais do discurso de informação midiático: sua *efemeridade* e sua *a-historicidade* (Charaudeau, 2006, pp. 133-134).

Ainda que seja possível considerar o texto como um “artefato linguístico” referente a um determinado período da história, um fator importante a ser destacado quando se analisa um produto jornalístico é apontado por Sousa (2006, p. 238), ao afirmar que as notícias são uma construção e não se trata de “espelhos das realidades a que se referem”. Com base nesse pensamento, haveria sempre “algum grau de distorção entre a realidade e as notícias”, o que seria um elemento passível de avaliação quando a cobertura jornalística é observada isoladamente, sem considerar os demais atores sociais daquele contexto.

Horta (2010, p. 13) trata do elo entre a construção da memória coletiva e os conteúdos midiáticos. Segundo a autora, para que haja a produção de sentido, a audiência deve ter conhecimento prévio dos códigos utilizados, bem como a competência leitora necessária para a compreensão da realidade transmitida pelos textos jornalísticos. Assim, no processo de produção e difusão desses conteúdos, a mídia enquadraria seus discursos com base no conjunto de “valores, imagens, representações e conhecimentos que formam a cultura dominante”.

A produção de informação mediática pode consequentemente entender-se como uma forma de mediação cultural organizada de modo a «localizar» a actualidade noticiada nos «mapas» de interpretação da realidade partilhados no interior da sociedade (Horta, 2010, p. 13).

Lopes (2002, p. 6) considera como relevante o papel da mídia no processo de edificação da memória da sociedade, tendo como pilar o registro documental. Conforme o autor, os meios de comunicação detêm arquivos que podem ser utilizados e veiculados

incontáveis vezes, sejam os produzidos por eles mesmos, ou por outras pessoas e instituições que os tornam acessíveis. Seria então, por esse prisma, a mídia capaz de reproduzir as visões do passado a partir da captura de textos, imagens e sons de dado acontecimento ou momento histórico. Um testemunho pretérito ganharia vida no presente a partir da captura, da validação e da exibição de um documento a partir da esfera jornalística para a esfera pública.

A interpretação da fonte utilizada agrega novos valores ao que é exibido, transmitido, escrito etc. Por sua vez, os receptores das mensagens as lerão de acordo com suas percepções previamente definidas, em um processo contínuo ao mesmo tempo mimético e adaptativo, que inclui possibilidades de conservação e ruptura (Lopes, 2002, p. 6).

Um ponto importante acerca da seleção das informações consideradas mais relevantes pela mídia relaciona-se aos assuntos e abordagens invisíveis ou “os silêncios”, como denomina a Horta (2010, p. 13). Conforme a autora, quando um tema não é tratado pela agenda midiática, e isso acontece de forma sistemática, há uma tendência de que ele não influencie a agenda pública de modo significativo. Segundo Horta, ao priorizar um tema, angulação ou aspecto da realidade em detrimento de outros, os veículos midiáticos “avivam determinados conceitos ou tipificações do real”. E complementa sua argumentação ao afirmar que “a amplificação da memória realizada pelos *media* torna-se simultaneamente um processo de filtragem”.

Sobre o tema do silenciamento midiático, Benetti (2007, p. 115) afirma que é de esperar que o discurso jornalístico seja plural e, por isso, acredita-se que os textos expressem a “pluralidade de visões sobre um determinado tema”. No entanto, conforme a autora, isso nem sempre acontece, já que “em estudos do discurso, o não-dito tem tanta força quanto o dito”. Por tal razão, é fundamental que o pesquisador conheça o assunto que irá estudar, para depois de mapear os sentidos presentes no discurso, possa identificar os que estão ausentes. Para Benetti (2007, p. 115), a análise do silenciamento é das “mais fascinantes e produtivas dos estudos do discurso.”

Com base nos conceitos e discussões apresentadas, pode-se dizer que as impressões históricas da atualidade em relação ao passado podem ser entendidas como uma construção estabelecida por emissores e receptores no processo de comunicação, em que o discurso da mídia é um dos protagonistas. A memória coletiva é elaborada a partir de simbolismos da vida em sociedade, que incorpora tanto os comportamentos e eventos vivenciados individualmente, quanto os que ecoam no decorrer dos tempos, no imaginário humano, dos tempos do passado até a contemporaneidade.

A notícia é um produto elaborado pelos atores do sistema jornalístico que, diante dos acontecimentos do cotidiano, organizam as informações utilizando-se de linguagem e ferramental próprios, para que chegue ao público de forma clara e objetiva, tendo como premissa a exposição dos múltiplos lados e visões de um mesmo fato. O presente é o

tempo do jornalismo, que atua como sentinela, sempre atento ao que acontece e pode ser considerado relevante para o maior número de pessoas e, desse modo, possa transmitir as informações com a maior brevidade e veracidade possível dentro dos critérios de noticiabilidade. É a atualidade que faz do discurso noticioso um instrumento objetivo do presente.

O jornalismo não representa a história em si, mas atua como coparticipante quando constrói um discurso próprio e característico do seu tempo, que depende do contexto e da realidade social e cultural no qual está inserido. Nem sempre é possível prever as motivações, nem mesmo por quais razões uma notícia foi veiculada sob um determinado ângulo em detrimento de outros. Da mesma forma, é uma tarefa discutível identificar e buscar compreender como foram recebidas as opiniões veiculadas nos jornais sobre um evento em cada momento da história.

Podem-se estabelecer conexões, buscar registros que comprovem, ou não, determinados fatos e posicionamento da Imprensa, mas, por outro lado, procurar razões não altera os elementos simbólicos presentes em um discurso, independentemente de qual seja. Um texto pode ser entendido como autônomo ao findar-se em si mesmo, dado que a interpretação irá depender do interlocutor e de seu repertório acumulado ao longo da vida, sua visão de mundo e expectativas em relação ao texto midiático. Mesmo sem considerar as motivações, a procura de significado de um discurso é a base de qualquer leitura e análise interpretativa.

É importante ressaltar que os olhos do presente não conseguem capturar todas as nuances, fatos e motivações que envolvem um momento histórico e, ainda menos, quais foram as influências e pressões políticas que atuaram sobre os profissionais e veículos de comunicação quando um evento foi noticiado. A cobertura jornalística carrega um discurso particular, com características e regras predefinidas, e é construído com propósitos específicos, entre eles, o mais pertinente e essencial: o de informar sobre a realidade dos fatos, o mais próximo possível de como e porque aconteceram.

Um texto jornalístico é passível de ser analisado, interpretado e compreendido em si mesmo, bem como o discurso que carrega, considerando ou não os fatores e influências externas. É com base nesses pressupostos que se torna possível realizar uma leitura analítica tendo como parâmetro o olhar sensível e acurado, valendo-se da assimilação consciente dos possíveis significados, intenções e interpretações que os textos guardam em sua essência.

2 | ASPECTOS DO DISCURSO JORNALÍSTICO

A Análise do Discurso é um campo teórico, mas também uma linha de pesquisa e base metodológica utilizada para desenvolver estudos nas mais diversas áreas das Ciências Sociais, incluindo os que envolvem o texto jornalístico. A Análise do Discurso é

uma ferramenta validada no âmbito acadêmico e será utilizada na presente investigação com o objetivo de interpretar e buscar compreender a cobertura midiática sobre um tema em dado período histórico e contexto social. Para Iñiguez (2004, p. 53), a Análise do Discurso, além de ser uma alternativa metodológica, é também uma perspectiva a partir da qual é possível analisar os processos sociais.

No que tange à relevância que os estudos dos meios de comunicação ganharam nos últimos tempos, Iñiguez (2004, p. 109) afirma que tal evidência se deve, em particular, à centralidade desses processos na constituição, manutenção e desenvolvimento nas sociedades. Segundo o autor, historicamente, a origem desse movimento pode estar relacionada aos meados da década de 70 do século XX. Foi nesse período que, na França, iniciou-se uma tradição influenciada pelas correntes estruturalistas, marxistas e da psicanálise. Na mesma época, no contexto anglo-saxão, tem início a “Etnografia da Comunicação” (Iñiguez, 2004, p. 109).

A Teoria do Jornalismo tem sido progressivamente edificada desde 1690, quando foi apresentada a primeira tese de doutoramento sobre notícias ou, quem sabe, desde os estudos sobre a retórica na Grécia e na Roma Antiga (Sousa, 2004, p. 44). De lá para cá, pesquisadores de diferentes áreas do conhecimento estudam, analisam e interpretam os textos impressos dos mais variados gêneros jornalísticos, com a intenção de compreendê-los, encontrar respostas, simbolismos, sentidos, significados ou mesmo a confirmação de hipóteses em suas investigações.

Dentre as diversas manifestações discursivas está o discurso informativo, o qual Charaudeau (2006, p. 42) afirma representar uma relação. Para o autor, “o sujeito informador só pode construir sua informação em função dos dados específicos da situação de troca”. O discurso informativo estabeleceria uma relação com o imaginário do saber, mas também com o imaginário do poder, ou seja, pela autoridade que o saber confere. Assim, as esferas de informação exerceriam uma relação de poder sobre o outro e, considerando as mídias, é possível afirmar que constituem, também, uma parte do poder social.

A verdade não está no discurso, mas somente no efeito que produz. No caso, o discurso de informação midiática joga com essa influência, pondo em cena, de maneira variável, e com consequências diversas, efeitos de autenticidade, de verossimilhança e de dramatização (Charaudeau, 2006, p. 42).

Segundo Rodrigues (2010, p. 67), o discurso não é uma função midiática, mas sim o produto do seu funcionamento. As mídias desempenham também outras funções, mas é o discurso o seu objetivo, a sua expressão final. O autor faz a interessante comparação sobre esse tema quando afirma que: “os media produzem discursos como os pintores pintam telas, os músicos compõem músicas, os arquitectos projectam edifícios”. Na opinião do autor, uma das principais características do discurso midiático é o fato de ele se apresentar como acabado e de “funcionar aparentemente sem intermitências nem vazios”.

Rodrigues (2010, p. 67) avalia que os discursos do cotidiano são intermitentes,

pontuados e repletos de hesitações e silêncios. Argumenta que o discurso midiático, ao contrário, flui em constância, sem interrupções, numa série de enunciados encadeados que se apresentam acabados, “escondendo os seus processos de gestação”, o processo ferramental do jornalismo, e destaca o uso da terceira pessoa, que representa o emissor ausente, a impessoalidade, numa estratégia de “referencialidade universal dos enunciados, uma credibilidade da narração dos fatos independente do lugar e do tempo da fala do enunciator”.

Uma das funções comunicacionais mais importantes do discurso mediático, além da função referencial, que consiste em dar conta dos acontecimentos que ocorrem no mundo, é a função fática, que consiste no estabelecimento, na manutenção, no reforço e eventualmente no restabelecimento do contato com o público (Rodrigues, 2010, p. 68).

Para Sousa (2006), os discursos jornalísticos incidem sobre a realidade, e é desse modo que se concretiza a sua função de informar. O autor ressalta que esses discursos também apresentam certos enquadramentos para os temas, ou seja, são organizados de tal forma para que sejam capazes de direcionar a construção de significados. E referencia Tuchman (1978) ao utilizar-se de uma simbologia para ilustrar o conceito: “a melhor metáfora para a noção de enquadramento é a de janela” (Sousa, 2006, p. 681). Conforme explica o autor, a janela nos daria uma visão de mundo, mas ela seria condicionada pelas suas características, como tamanho, transparência, opacidade e distância a que estamos dela.

A enunciação jornalística dá-nos igualmente uma visão de determinados aspectos da realidade, mas essa visão é contaminada pelos constrangimentos da linguagem, da enunciação, do enunciator e do receptor, etc., à semelhança do que acontece quando observamos o exterior por uma janela (Sousa, 2006, p. 681).

Outra característica do discurso midiático apresentada por Rodrigues (2010, p. 44) é a da polifonia. O autor explica que essa pluralidade de vozes manifesta-se no interior do texto e são independentes, mas também formam uma combinatória. Todos os textos seriam dialógicos, inclusive os monofônicos, que ocultam os diálogos, mas a diferença está nas tensões e conflitos explicitados pelas vozes sociais. Desse modo, a polifonia no discurso mediático poderia situar-se em diferentes níveis, “desde o mais superficial o do discurso relatado, até aos níveis mais profundos das alusões e da heterogeneidade de sentidos” (Rodrigues, 2010, p. 44).

Com base nas reflexões, é possível considerar que o discurso jornalístico é essencialmente narrativo e pode ser entendido como um resultado de sua função primordial, a de informar sobre os fatos considerados importantes e que são de maior interesse para determinado público, respeitando os critérios de noticiabilidade. Tais critérios da notícia foram sistematizados e discutidos por diversos autores, como Galtung e Ruge (1999), Wolf (1999), Sousa (2002) e Traquina (2005), que contribuíram significativamente para não

apenas identificar, mas também investigar como se encadeia a dinâmica da produção da notícia a partir deles.

Vale ressaltar que, embora tais definições sejam os pilares para a prática jornalística, não cabe aqui detalhar cada um dos critérios de noticiabilidade a partir dos respectivos autores, mas, pela sua relevância para as Teorias do Jornalismo, valem ser mencionados de modo geral. É possível sintetizar os critérios que tornam uma informação uma notícia elegível para publicação, ou seja, que cumpra os requisitos do “valor-notícia”. Segundo Wolf (1999, p. 195), a noticiabilidade é um conjunto de elementos pelos quais um veículo de comunicação controla e gera a quantidade e o tipo de acontecimentos definindo qual, ou quais, entre eles, podem ser considerados notícia.

Galtung e Ruge (1999, pp. 70-71) enumeram no relevante estudo de 1965, os vinte fatores que influenciam na dinâmica e na construção da notícia. De forma concisa, estariam elencados: a frequência ou a amplitude, a intensidade e o aumento da intensidade, a inequivocidade, a significância, a proximidade cultural, a relevância, a consonância, a predicabilidade, a exigência, a imprevisibilidade, a impredicabilidade, a escassez, a continuidade, a composição, a referência a nações de elite e às pessoas de elite, a referência a pessoas e a referência a algo negativo.

A questão suscitada por Wolf (1999, p. 195), e que cabe ser respondida pelos profissionais do cerne do fazer jornalístico, é “quais os acontecimentos que são considerados suficientemente interessantes, significativos e relevantes para serem transformados em notícias?”. As respostas delineadas por diversos autores da Teoria do Jornalismo transitam, em resumo, entre: a novidade, a atualidade, o inesperado, o inusitado, a relevância, a proximidade, a notoriedade, a negatividade, o ineditismo, entre outros.

Traquina (2008, p. 77) trata dos critérios de noticiabilidade e também da diferença entre os “valores-notícia de seleção” e os “valores-notícia de construção”, aspectos fundamentais para compreender o que rege o olhar e fazer no jornalismo. Além disso, o autor tem uma visão mais global dos caracteres que fazem de um fato uma notícia, ao colocar em discussão as questões como tempo e rotina de produção e os fatores mercadológicos do sistema jornalístico, como a seleção de assuntos e o espaço reservado a cada um deles nas seções e editorias.

Embora os valores-notícia façam parte da cultura jornalística e sejam partilhados por todos os membros desta comunidade interpretativa, a política editorial da empresa jornalística pode influenciar diretamente o processo de seleção dos acontecimentos por diversas formas (Traquina, 2008, p. 93).

Em suma, a notícia publicada é um recorte da vida real, sujeita aos variados critérios de noticiabilidade e estabelecidos pelo sistema de comunicação de uma dada sociedade. O discurso jornalístico é envolto por uma série de elementos e características próprias que o tornam um gênero singular. Por suas características complexas e intrínsecas, a dinâmica da notícia estabelece um discurso carregado de elementos simbólicos de uma dada cultura,

na época e no contexto em que está inserido. Ao considerar sua relevância, penetração e influência social, os discursos presentes nos veículos de Imprensa tornam-se passíveis de análise e estudo por diversas áreas do conhecimento.

3 I HERMENÊUTICA E ANÁLISE DO DISCURSO

A hermenêutica é um campo da filosofia que estuda a teoria da interpretação, seja a sua arte, seja a prática interpretativa. O método hermenêutico nasce com a tradução da Bíblia judaica para o grego e, em geral, está associado aos estudos interpretativos das escrituras sagradas. A palavra hermenêutica tem origem no verbo grego *hermeneuein*, comumente traduzido por “interpretar”, e no substantivo *hermeneia*, que significa “interpretação”. O nome Hermes, deus olímpico da linguagem e da escrita, tem origem na palavra grega *hermeios*. Segundo Palmer (2018, p. 28), são termos que fazem referência às “ferramentas que a compreensão humana utiliza para chegar ao significado das coisas e para o transmitir aos outros”.

Assim, o processo de tornar compreensível associa-se a Hermes na representação de um mediador, tradutor e portador de mensagens. Conforme Palmer (2018, p. 29), está implícito no antigo uso das vertentes básicas patentes no significado de *hermeneueine* *hermeneia*. O autor indica que essas palavras aparecem inúmeras vezes e em muitos textos da Antiguidade:

Aristóteles no *Organon* considerou que o tema merecia um tratado importante, o famoso *Peri hermeneias*, “Da interpretação”. A palavra aparece na sua forma substantiva em Édipo em Colono, e muitas vezes em Platão. Encontram-se inúmeras formas do termo na maior parte dos escritores antigos mais conhecidos, como Xenofonte, Plutarco, Eurípedes, Epicuro, Lucrecio e Longino (Palmer, 2018, p.28).

Paul Ricoeur (2020, p.12) também faz alusão aos gregos ao refletir sobre o discurso e a interpretação e detalha que “o discurso exige dois signos básicos, um nome e um verbo, que se conectam numa síntese que vai além das palavras”. O autor faz referência a Aristóteles no seu tratado *Da Interpretação*:

Um nome tem um significado e um verbo tem, além do seu significado, uma indicação do tempo. Só a sua junção produz um elo predicativo, que se pode chamar *logos*, discurso. Esta unidade sintética é que comporta o duplo acto de afirmação e negação. Uma afirmação pode ser contradita por outra afirmação e pode ser verdadeira ou falsa (Ricoeur, 2020, p. 12).

A hermenêutica desenvolveu-se e aprimorou-se ao longo do tempo e pode ser definida em seis campos distintos, que representam momentos históricos importantes. Cada um deles corresponde a uma abordagem ou pontos de vista diferentes diante da problemática da interpretação, mas refletem similar relevância:

1) uma teoria da exegese bíblica; 2) uma metodologia filológica geral; 3) uma ciência de toda a compreensão linguística; 4) uma base metodológica dos

Geisteswissenschaften; 5) uma fenomenologia da existência e da compreensão existencial; 6) sistemas de interpretação, simultaneamente recoletivos e iconoclásticos, utilizados pelo homem para alcançar o significado subjacente aos mitos e símbolos (Palmer, 2018, p. 53).

Conforme afirmam Mota e Porto (2017, pp. 25-26), a hermenêutica contemporânea, especialmente ligada a Gadamer, Heidegger e Ricoeur, tem uma dimensão histórica, existencial e simbólica. Conforme explicitam, a linha de estudos ganhou força tendo como base a escola filosófica do romantismo alemão.

Segundo Bleicher (1980, p. 355), a teoria hermenêutica serve-se do recurso metodológico do “círculo hermenêutico”. Por meio dele é possível compreender um texto através da interpretação recíproca de um todo e dos seus elementos constituintes. O círculo hermenêutico revelado pela filosofia envolve, também, o sujeito da interpretação, “destruindo assim a concepção subjetivista das ciências hermenêuticas, ao indicar a função da historicidade do sujeito” (Bleicher, 1980, p. 355).

Em *Teoria da Interpretação*, Ricoeur (2020, p.11) retorna a Platão, no *Crátilo*, ao tratar da problemática da “verdade” das palavras isoladas ou nomes. Para o autor, “o *logos* da linguagem requer, pelo menos, um nome e um verbo” e é com base no entrelaçar dos dois que se tem a primeira unidade da linguagem e do pensamento, o que constituiria uma frase. E complementa que, “mesmo esta unidade suscita uma pretensão à verdade; a questão tem ainda de decidir-se em cada caso.”

Sobre a interpretação, Palmer (2018, p. 30) afirma que a tarefa consiste em “tornar-se algo que é pouco familiar, distante e obscuro em algo real, próximo e inteligível” e elucida sobre o sentido de *hermeneuein* ao definir a primeira orientação hermenêutica como a de “exprimir”, “afirmar” ou “dizer”, relacionando-a à função enunciadora de Hermes.

A segunda orientação seria a de “explicar”, na qual a ênfase se dá no “aspecto discursivo da compreensão” e “aponta para a dimensão explicativa da interpretação, mais do que para a sua dimensão expressiva”. Nesse sentido, as palavras não seriam limitadas a dizer algo, mas sim explicam, racionalizam e clarificam algo (Palmer, 2018, p. 37). A terceira orientação tem relação com o “interpretar”, no sentido de “traduzir”. A tradução seria uma forma especial do processo de interpretar, de tornar compreensível o que é “estrangeiro, estranho ou ininteligível, utilizando como *medium* a nossa própria língua” (Palmer, 2018, p. 46).

A hermenêutica, conforme Schleiermacher e Dilthey, inclinou-se a identificar a interpretação como a categoria de “compreensão” e definiu-a como o processo de reconhecer a intenção do autor “do ponto de vista dos endereçados primitivos, na situação original do discurso” (Ricoeur, 2020, p. 38). Compreender um texto seria “um caso particular da situação dialógica em que alguém responde a mais alguém”. O autor explica que essa “concepção psicologizante” da hermenêutica influenciou a teologia cristã, os acontecimentos seriam eventos linguísticos, o querigma (*kerygma*), a pregação do Evangelho.

O que se pode comunicar é, antes de mais, o conteúdo proposicional do discurso, e retrocedemos assim para o nosso critério principal – o discurso como evento mais o sentido. Porque o sentido de uma frase é, por assim dizer, “externo” à frase, pode transferir-se; a exterioridade do discurso a si mesmo – que é sinónima da autotranscendência do evento na sua significação – abre o discurso ao outro. A mensagem tem o fundamento da sua comunicabilidade na estrutura da sua significação. Isso implica que comunicamos a síntese da função de identificação (Ricoeur, 2020, pp. 30-31).

Segundo Ricoeur (2020, p. 47), a intenção do autor e o significado do texto deixam de coincidir quando o discurso é escrito. O autor defende que há uma dissociação da significação verbal entre o texto e a intenção mental do autor, na qual se estabelece o conceito de inscrição do seu significado decisivo, “para além da mera fixação do discurso oral prévio”. Por essa abordagem, a inscrição passa a ser sinónimo de autonomia semântica do texto, que resultaria em uma desconexão da intenção mental do autor e o significado verbal do texto.

A carreira do texto subtrai-se ao horizonte finito vivido pelo seu autor. O que o texto significa interessa agora mais do que o autor quis dizer, quando o escreveu (Ricoeur, 2020, p. 47).

Ao tratar da escrita, Ricoeur (2020, p. 55) afirma que, graças a ela, o ser humano “tem um mundo e não apenas uma situação”, e que essa extensão gera o que define como “implicações espirituais da substituição do suporte corporal do discurso oral pelas marcas materiais”. Por essa perspectiva, o texto liberta a referência dos limites de uma situação, tornando o mundo um conjunto de referências abertas. “Graças à escrita, as obras da linguagem tornam-se tão autossuficientes como as esculturas” (Ricoeur, 2020, p. 51).

Para Berger (2010, p. 18), a reflexão hermenêutica tem como objetivo transformar o distante em próximo e o estranho em familiar. Segundo a autora, essa reflexão acontece por meio de um “discurso racional orientado pelo desejo do diálogo com o objeto” que se analisa. E acrescenta que a intenção, a partir dessa perspectiva, é a de que haja um enriquecimento e um aprofundamento da compreensão do papel do conhecimento na sociedade.

Mota e Porto (2017, p. 20), ao conceituarem e definirem hermenêutica, afirmam que, além de se tratar de uma atividade que promove a circulação de sentido das coisas e, ao contrário de ser a “ciência da interpretação”, ela se apresenta anterior a isso. Para os autores, “a hermenêutica é uma atividade que já traz em si o significado das coisas, cabendo ao ser humano a sua compreensão e divulgação do significar falando.”

Para tratar do processo da interpretação, é imprescindível considerar o papel do intérprete à luz da hermenêutica. Para tanto, recorre-se à Gamader (*cit. in* Bleicher, 1980), que levanta a questão dos possíveis preconceitos do analista. Segundo o autor, ao estar diante de um texto em busca de sua compreensão, o leitor está preparado para que este lhe diga algo. Desse modo, a mente preparada pela hermenêutica deve ser, desde o início, “sensível à novidade do texto”.

Na perspectiva de Bleicher (1980, p. 157), quando um intérprete confronta o texto

com as suas concepções, ele não visa reproduzi-lo no seu estado primitivo. Para o autor, o texto representa, em todas as épocas, mais do que a intenção do autor, mas também é lido de formas diferentes sendo, desse modo, “a compreensão um esforço produtivo”. Nesse processo, os preconceitos serão revelados, seja adequado ao conteúdo, seja alterado, proclamando, então, a chamada verdade do texto.

A respeito do princípio da sensibilidade diante do objeto, nem a “neutralidade”, nem a anulação da personalidade daquele que interpreta, mas sim “a assimilação consciente dos significados prévios e dos preconceitos”. O mais importante é estar consciente da própria predisposição, “para que o texto se possa apresentar em toda a sua novidade e conseguir, assim, afirmar a sua própria verdade, por oposição aos nossos sentidos” (Gadamer *cit. in* Bleicher, 1980, p. 155).

Sobre o processo interpretativo, Barbosa (2020, pp. 117-118) afirma que há certa dose de imaginação do pesquisador. “É preciso visualizar, na letra escrita do documento, a cena construída, imaginá-la e buscar suas múltiplas significações.”. Conforme a autora, ao acessar documentos e buscar desvendar seus múltiplos processos comunicacionais, o leitor não apenas observa o que foi guardado na imobilidade daquelas fontes, mas “o ato de torná-las novamente presentes faz delas experiência viva e comunicativa, na qual o pesquisador também se inclui”.

Na busca de compreender qual seria, então, a principal tarefa do intérprete, Bleicher (1980, p. 161) afirma que a experiência hermenêutica é uma experiência dialógica. Desse modo, cabe ao intérprete tentar descobrir qual é a pergunta a que o texto vem dar a resposta, ou seja, compreender um texto é compreender a pergunta. Entre pergunta e resposta, “um texto acaba por ser um acontecimento ao ser actualizado na compreensão, que representa uma possibilidade histórica”. Segundo o pensamento do autor, “ao entendermos a pergunta colocada pelo texto, fizemos já a pergunta a nós próprios e, por conseguinte, abrimo-nos novas possibilidades de sentido” (Bleicher, 1980, p. 161).

Gadamer (*cit. in* Bleicher, 1980, p. 167) elucida a questão dialética quando afirma que “a compreensão fundamental representa o campo da hermenêutica universal”. Assim, perguntas e as respostas funcionariam como uma base proporcionada pela linguagem, e para ilustrar, utiliza como exemplo a constatação de participantes que dialogam e chegam a um acordo diante de um determinado assunto.

A hermenêutica de Ricoeur busca um equilíbrio dialético entre explicar e compreender. Já a teoria do conflito das interpretações, desenvolvida por Ricoeur, é o grande contributo do autor para o pensamento hermenêutico. Como explica Bleicher (1980, p. 304), a interpretação dos textos, à qual Ricoeur se dedicou, seguiu uma vertente de busca do objeto simbólico. E evidencia que um princípio de sua abordagem é o distanciamento e a determinação da objetividade do sentido contido num texto.

O ponto de partida fenomenológico de Ricoeur leva a uma ampliação desta perspectiva e à reconsideração da relação entre fenomenologia e

hermenêutica, especialmente na sua forma ontológico-existencial (Bleicher, 1980, p. 304).

Conforme destacam Mota e Porto (2017, p. 37), Ricoeur apresentou uma nova metodologia de pesquisa para as Ciências Sociais ao buscar compreender um recorte específico da realidade a partir da forma como ela era apresentada e em qual contexto foi contada. Ricoeur dá um passo além ao indicar que os símbolos e os mitos convidam ao pensamento, conferem sentido e devem ser interpretados no seu próprio nível, com um conjunto específico de regras. Outro aspecto refere-se a uma “enumeração de formas simbólicas” e a uma “criteriologia”. Para Bleicher (1980, p. 308), “este nível de análise corresponde à abordagem eidética e coloca entre parênteses qualquer sentido existencial.”

Ao aproximar a reflexão para a esfera jornalística, Berger considera que os estudos nessa área fazem parte de uma prática dialógica que integra a formação das Ciências Sociais e Humanas. Para ela, “as teorias do jornalismo como uma parte devem saber como ‘trabalham’ as outras partes e como a sua parte é trabalhada pelo todo” (Berger, 2010, p. 18). Sobre a hermenêutica e comunicação, Bleicher (1980, p. 353) afirma que:

As ciências hermenêuticas ajudam à preservação e extensão da comunicação sobre o sentido da vida, os objectivos do desenvolvimento sócio-político, os estilos de vida públicos e privados, etc., tornando acessível o sentido de textos e acções e, por sua vez, antecipando ou projectando possíveis formas de (melhor) vida.

Mesmo a hermenêutica ricoeuriana sendo profunda e complexa, é possível enumerar os seus pontos principais, de modo a facilitar a sua compreensão. Em primeiro lugar, destaca-se o conceito de “experiência”, aqui referido sobre o aspecto sensível das coisas para, posteriormente, ser interpretada. O tempo presente é o da circunstância, aquele que será considerado também pelo seu caráter histórico. O segundo aspecto elencado é o conceito de “tempo”, o qual envolve a experiência humana e o tempo narrativo, incluindo nesse arcabouço, os elementos de natureza simbólica. O terceiro e último tópico é o conceito de “texto”, considerado por Ricoeur como um modelo interpretativo de referência. O autor trata-o como um objeto independente, que fala por si mesmo, soberano diante das intenções de quem o escreve.

Com base nos conceitos apresentados, Ferreira (2002, p. 13) faz um apanhado das temáticas aqui discutidas ao afirmar que o acontecimento midiático, pela perspectiva da análise do discurso, com uma interface com a hermenêutica, amplia-se em três grandes áreas, que seriam como “campos férteis entrelaçados”. Para o autor, “o conhecimento do contexto sócio-histórico, o jogo dos três presentes e a tensão entre latência-atualidade”. E finaliza ao afirmar que a partir dessa confluência de saberes é possível “enriquecer as reflexões no que tange à teoria do acontecimento, aos estudos de jornalismo, assim como as vértebras que sustentam o domínio da análise do discurso”.

E suma, pode-se afirmar que a hermenêutica é um caminho metodológico para se

compreender os sentidos dos discursos humanos, em especial no estudo e na apreensão de textos escritos, que são abertos a interpretações. É importante considerar de modo objetivo os elementos presentes no original investigado, bem como os signos, símbolos e a linguagem inerente ao próprio texto. Seria, portanto, principalmente o significado dos textos o objeto central de análise, e não o acontecimento em si que a narrativa evoca. Ao relacionar o discurso dos impressos aos princípios teóricos da análise do discurso de matriz hermenêutica, tem-se um terreno amplo e seguro para a construção de novos saberes no campo comunicacional.

REFERÊNCIAS

- Antunes, E. (2007). Temporalidade e produção do acontecimento jornalístico. *In: Revista Em Questão*. Volume 3 No. 1, Porto Alegre, pp.25-40.
- Barbosa, M. (2007). *História cultural da Imprensa: Brasil, 1900-2000*. Rio de Janeiro, Mauad X.
- Barbosa, M. (2010). *História cultural da Imprensa: Brasil, 1800-1900*. Rio de Janeiro, Mauad X.
- Barbosa, M. (2019). Comunicação, história e memória: diálogos possíveis. *In: Revista MATRIZES*, 13 (1), pp. 13-25.
- Barbosa, M. (2020). *Comunicação e método: cenários e práticas de pesquisa*. Rio de Janeiro, Mauad X.
- Benetti, M. (2007). Análise do Discurso em jornalismo: estudo de vozes e sentidos. *In: Benetti, M. e Lago, C. (Ed.3). Metodologia de pesquisa em jornalismo*. Petrópolis, Vozes, pp. 107-122.
- Berger, C. (2010). O conhecimento do jornalismo no círculo hermenêutico. *Brazilian Journalism Research*, 6(2). [Em linha]. Disponível em <<https://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/view/14>>. [Consultado em 29/04/2021].
- Bleicher, J. (1980). *Hermenêutica contemporânea*. Lisboa, Edições 70.
- Charaudeau, P. (2006). *O discurso das mídias*. São Paulo, Contexto.
- Chartier, R. (2009). *A história ou a leitura do tempo*. Belo Horizonte, Autêntica.
- Ferreira, G. M. (2002). *Contribuições da Análise do Discurso ao estudo de jornalismo*. [Em linha]. Disponível em <http://www.compos.org.br/data/biblioteca_707.pdf>. [Consultado em 30/04/2021].
- Galtung, J. e Ruge, M. (1999). A estrutura do noticiário estrangeiro: a apresentação da crise do Congo, Cuba e Chipre em quatro jornais estrangeiros. *In: Traquina, N. (org.) Jornalismo: questões, teorias e "estórias"*. Lisboa, Vega, pp. 61-73.
- Halbwachs, M. (1990). *A memória coletiva*. São Paulo, Vértice.
- Horta, A. (2010). Memória social e identidade nacional no contexto europeu. *In: Martins, M. L., Cabecinhas, R. (Eds.), Anuário internacional de comunicação lusófona 2009: memória social e dinâmicas identitárias* (pp.11-24). Lisboa, LUSOCOM. [Em linha]. Disponível em <<http://hdl.handle.net/10451/11223>>. [Consultado em 26/04/2021].

- Iñiguez, L. (2004). *Manual de Análise do Discurso em Ciências Sociais*. Petrópolis, Vozes.
- Kieling, C. (2014). Jornalismo e História: narrativas do real. In: Zagalo, N. e Oliveira, S. (2014). *Abordagens da narrativa dos média*. Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade. Braga, Universidade do Minho, pp. 54-62. [Em linha]. Disponível em <http://www.lasics.uminho.pt/ojs/index.php/cecs_ebooks/article/view/2014>. [Consultado em 15/02/2021].
- Le Goff, J. (1990). *História e memória*. Campinas, Editora Unicamp.
- Lopes, L. C. (2002). Artefatos de memória e representações nas mídias. *Revista C-legenda*, 7 (1). [Em linha]. Disponível em <<https://periodicos.uff.br/ciberlegenda/article/view/36800>>. [Consultado em 29/04/2021].
- Moreira, S. (2011). Análise documental como método e técnica. In: Duarte, J. e Barros, A. (Ed.5). *Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação*. São Paulo, Atlas, pp. 269-279.
- Mota, C. e Porto, S. (2017). *Hermenêutica e Análise do Discurso em Jornalismo*. Florianópolis, Insular.
- Nora, P. (1988). O retorno do fato. In: J. Le Goff e P. Nora. *História: novos problemas*. Rio de Janeiro, Francisco Alves, pp. 179-193.
- Palmer, R. (2018). *Hermenêutica*. Lisboa, Edições 70.
- Ponte, C. (2004). *Leituras das Notícias: contributos para uma análise do discurso*. Lisboa, Livros Horizonte.
- Ricoeur, P. (2020). *Teoria da interpretação: o discurso e o excesso de significação*. Lisboa, Edições 70.
- Rodrigues, A. (2010). Delimitação, natureza e funções do discurso midiático. In: *Atividades Comunicacionais em Ambientes Mediáticos, reflexões sobre a obra de Adriano Duarte Rodrigues*. São Paulo, Intermeios, pp. 67-81.
- Sodré, M. (2012). *A narração do fato: notas para uma teoria do acontecimento*. Petrópolis, Vozes.
- Sousa, J. P. (2002). *Teorias da notícia e do jornalismo*. Florianópolis, Letras Contemporâneas e Argos/UNOESC.
- Sousa, J. P. (2006). *Elementos de teoria e pesquisa da comunicação e dos média*. Porto, Ed. Porto.
- Sousa, J. P. (2004). *Introdução à análise do discurso jornalístico impresso: um guia de estudantes de graduação*. Florianópolis, Letras Contemporâneas.
- Traquina, N. (2005). *Teorias do jornalismo. Porque as notícias são como são*. Florianópolis, Insular.
- Traquina, N. (2008). *Teorias do jornalismo: a tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional*. Florianópolis, Insular.
- Wolf, M. (1999). *Teorias da comunicação*. Lisboa, Presença.

CAPÍTULO 2

HABITAR EM CONTEXTOS HÍBRIDOS: PRESENÇA SOCIAL, RIQUEZA MÉDIA, AUTO-APRESENTAÇÃO E AUTORREVELAÇÃO NO DIGITAL

Data de aceite: 04/07/2022

Data de submissão: 03/05/2022

Douglas Rossi Ramos

Financiado pela Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo – Fapesp
Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”
Assis - SP
<http://lattes.cnpq.br/3118495679235454>

Financiado pela Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo – Fapesp.

RESUMO: Nesse trabalho, intenta-se apresentar discussões provenientes de estudo etnográfico realizado em um contexto específico de hibridismo das inter-relações mediadas por artefatos digitais. Tal contexto remete a um grupo de pessoas, residentes em um mesmo prédio, que adotariam um aplicativo multiplataforma de mensagens instantâneas configurado em tecnologia móvel (o WhatsApp), como principal instrumento de mediação em suas inter-relações cotidianas. Problemáticas referentes a privacidade e controle foram evidenciadas e distribuídas ao longo da discussão conforme 4 categorias, sendo essas: presença social, riqueza média, auto-apresentação e autorrevelação.

PALAVRAS-CHAVE: Etnografia; Digital; Habitar; Hibridismo.

INHABITING HYBRID CONTEXTS: SOCIAL PRESENCE, MEDIA RICHNESS, SELF-PRESENTATION AND SELF-DISCLOSURE IN THE DIGITAL

ABSTRACT: In this work, we intend to present discussions from an ethnographic study carried out in a specific context of hybridity of interrelationships mediated by digital artifacts. This context refers to a group of people, residing in the same building, who would adopt a multiplatform instant messaging application configured in mobile technology (WhatsApp) as the main instrument of mediation in their daily interrelationships. Issues related to privacy and control were highlighted and distributed throughout the discussion according to 4 categories, namely: social presence, media richness, self-presentation and self-disclosure.

KEYWORDS: Ethnography; Digital; Dwell; Hybridity.

1 | INTRODUÇÃO

A privacidade e controle de dados no atual contexto digital vem a ser objeto de discussão tanto no mundo corporativo quanto por estudiosos e acadêmicos de distintos campos de saberes. A questão da privacidade digital teria seu embate impulsionado por recentes casos como o de Edward Snowden, que envolve o esquema de vigilância global da Agência de Segurança Nacional norte americana, ocorrido em meados de 2013, e, de Brittany Kaiser, pivô do episódio da Cambridge

Analytica, relacionado ao uso de dados de usuários do Facebook na campanha de Donald Trump.

O uso das tecnologias digitais como instrumentos de mediação da vida social, configura-se em um hibridismo humano-máquina, consoante linhas e tendências progressivas. Tal itinerário, tende a ser demarcado por alguns autores, segundo momentos e ênfases específicas, no que concerne a arquitetura do digital. Nesse sentido, de meados dos anos 90 à década de 2000, tínhamos um primeiro momento de configuração do que muitos autores denominariam Web 1.0, caracterizada por publicações de conteúdo estático como páginas Web (sites de notícias, empresas) desenvolvidas por empresas e acessadas unilateralmente por usuários de internet. Já por volta de 1999 e 2004, despontaria a denominada Web 2.0, baseada em projetos colaborativos que potencializam formas de publicação, compartilhamento e organização de informações, cujos usuários tendem a participar como co-desenvolvedores de serviços (O'REILLY, 2005).

Atualmente há a discussão a respeito da Web 3.0 conhecida também como Web semântica, que reúne como elemento inovador a inteligência artificial e o machine learning, de modo a conferir não apenas a capacidade de gerar informações, mas de interpretá-las. Por fim, os big data, a computação em nuvem e a inteligência artificial, evidenciam o que alguns autores pontuariam como Web 4.0, a Web dos algoritmos de rastreamento de dados capazes de aprendizagem com intuito de realizar tarefas cognitivas peculiares aos humanos.

Tendo em vista essas transformações e contextos, nesse trabalho exploraremos mais especificamente a respeito da Web 2.0, ou melhor, da *Mobile Web 2.0*, a partir de alguns desencadeamentos de um estudo etnográfico realizado junto a moradores de um residencial (um prédio em um centro urbano) que viriam a utilizar um aplicativo multiplataforma de mensagens instantâneas configurado em tecnologia móvel (o WhatsApp), como principal instrumento de mediação em suas inter-relações cotidianas.

Em tal exercício etnográfico, foi possível evidenciar e correlacionar questões referentes ao habitar em contextos híbridos (digital e analógico), ou seja, tanto no aplicativo digital em meio a estratégias de *auto-apresentação* e *autorrevelação*, quanto no espaço coletivo físico-geográfico do prédio em um contexto urbano. A análise da questão referente a privacidade e controle, apresenta-se distribuída conforme as categorias evidenciadas por Kaplan e Haenlein (2010) de *presença social*, *riqueza média*, *auto-apresentação* e *autorrevelação*¹.

Nesse texto, inicialmente foi discorrido a respeito de características do aplicativo WhatsApp e de sua inscrição no paradigma ideológico/tecnológico da *Mobile Web 2.0*; em seguida, a ênfase da discussão foi distribuída conforme as 4 categorias evidenciadas.

¹ Os termos do texto original, em inglês, respectivamente, são: *social presence*, *media richness*, *self-presentation* e *self-disclosure*.

2 | O WHATSAPP E A MOBILE WEB 2.0

O 'WhatsApp' consiste numa aplicação multiplataforma de mensagens instantâneas idealizada para o uso em smartphones, lançado em 2009. O aplicativo 'WhatsApp' permite a seus usuários trocarem gratuitamente mensagens de texto, áudio, imagens e vídeos, além de realizar chamadas (de áudio e vídeo). Tais trocas podem ser efetuadas individualmente, de usuário a usuário, ou a partir da criação de grupos, em que uma mensagem postada por um de seus membros aparecerá a todos (HARMON, 2015).

Para melhor compreender a conjuntura em que se constituiu e se consolidou um aplicativo digital tal como o WhatsApp, é importante discorrer a respeito da configuração do que seria denominado 'Web 2.0'. Segundo Kaplan e Haenlein (2010) o termo *Web 2.0* viria a ser utilizado, pela primeira vez, em 2004, com o intuito de descrever a nova forma pela qual os desenvolvedores de softwares e usuários finais passariam a utilizar a World Wide Web. Nesse sentido, a *Web 2.0* seria compreendida como uma plataforma na qual os conteúdos e as aplicações seriam continuamente modificados, pelos usuários, de forma participativa e colaborativa, e não mais unilateralmente (não mais apenas por programadores e empresas especializadas).

Isso ocorre porque a *Web 2.0* reflete uma mudança ideológica e tecnológica em relação à *Web 1.0*. Enquanto a *Web 1.0* está assentada na prática de publicação de conteúdos como, por exemplo, as *web pages* (sites de notícias, de empresas, etc.) e a Encyclopedia Britannica Online (ambas representam serviços caracterizados por conteúdos prontos, desenvolvidos por empresas, e acessados unilateralmente pelo internauta), a *Web 2.0* fundamenta-se em projetos colaborativos, tais como, *blogs* ('diários digitais' ou páginas para a publicação de conteúdos pessoais) e *wikis* (consiste num conjunto de páginas interligadas e que podem ser visitadas e editadas por qualquer internauta, como, por exemplo, a enciclopédia virtual *Wikipédia*).

De acordo com O'Reilly (2005), algumas das principais características da *Web 2.0* consistem na participação dos usuários como *co-desenvolvedores* dos serviços e na configuração de softwares que não tenham seu uso limitado a um único aparelho (um mesmo software pode ser 'rodado' e acessado em smartphone, computador, tablet, dentre outros). Conforme Kaplan e Haenlein (2010), a *Web 2.0* pode ser considerada como plataforma para a evolução da '*Social Media*'. Por '*Social Media*' entende-se um grupo de aplicações baseadas na Internet que permitem a criação e troca de '*Conteúdo Gerado pelo Usuário - CGU*' (consiste na soma de todas as maneiras pelas quais as pessoas fazem uso de *Social Media*). Nesse sentido, uma *Social Media* remete também a uma mudança paradigmática, na qual há uma passagem na ênfase de uma plataforma em que os sujeitos criam, expõem e consomem conteúdos publicados individualmente, para outra na qual todos conteúdos seriam continuamente modificados, por todos os usuários, de forma participativa, partilhada e colaborativa.

O'Reilly (2005) elucida que o conceito de *Web 2.0* não tem um limite rígido, mas sim, um núcleo gravitacional, de modo que, apesar das *Social Medias* abrangerem esse grande grupo, não há uma forma sistemática em que diferentes aplicações de mídia social possam ser categorizadas. Ao seguirmos tal proposta referente a *Web 2.0* é possível enfatizar ainda a respeito da '*Mobile Web 2.0*'. De acordo com Kaplan e Haenlein (2010), em contraste com sua predecessora ('*Mobile Web 1.0*'), que contava com protocolos próprios tal como o WAP² (*Wireless Application Protocol*), a '*Mobile Web 2.0*' é caracterizada por padrões abertos como, por exemplo, uma transição para o protocolo *TCP / IP* (a técnica fundadora do WorldWideWeb) mesclado a sistemas fixos, os quais permitiriam acesso à Web, em tempo real, a partir de aparelhos móveis digitais.

É possível ter uma dimensão mais específica de como o WhatsApp está inscrito às articulações desse novo paradigma expresso pela *Web 2.0*. De acordo com um infográfico publicado em 2015 pela empresa 'Shop on Less', o WhatsApp, por exemplo, teria gastado até o referido ano, zero dólares em marketing direto. Isso porque o aplicativo se apresentou, originalmente, em sua concepção, como uma experiência para a pura troca de mensagens '*sem anúncios, sem jogos e sem truques*' (um dos slogans do WhatsApp no início de suas operações) (HARMON, 2015).

Alguns dos motivos apontados para o sucesso e disseminação desse produto, segundo Harmon (2015), consistem na combinação de alguns fatores relativos à eficiência e simplicidade na troca de dados:

- um deles seria o caráter de gratuidade nas trocas de mensagens entre usuários do serviço, já que apenas com a conexão de internet podem realizar trocas de mensagens (texto, voz, vídeo e imagem) a partir de um smartphone, sem custos adicionais, como os relativos ao pagamento de um plano em empresas de telefonia móvel.
- outro fator diz respeito ao caráter pessoal (privacidade) e funcional do compartilhamento de dados. Em contrapartida a Social Medias, tais como, o Twitter e Facebook, o WhatsApp apresenta-se como um aplicativo de mensagens para redes *pequenas e privadas*, além de que, as mensagens trocadas por seus usuários são destruídas de seus servidores após a chegada, de modo a permanecerem apenas em arquivos históricos gravados no próprio aparelho (smartphone).
- uma terceira característica diz respeito a versatilidade de uso do aplicativo, o qual funciona em mais de 32 línguas, além de ser possível utilizá-lo em diversos tipos de aparelho eletrônicos digitais, tais como, Iphone, Blackberry, Nokia, Windows Phone e o próprio computador.

Em 2015, 30 bilhões de mensagens seriam enviadas e recebidas diariamente via

² É um protocolo internacional padrão desenvolvido para aplicações que utilizam comunicações de dados digitais sem fio. Foi idealizado para ser a versão do World Wide Web (WWW) dos dispositivos móveis, contudo não atingiu o mesmo desempenho por ser considerado lento e custoso, já que seus preços eram baseados no uso por minuto, independente do tráfego de dados.

aplicativo. Já em 2019, o WhatsApp completaria 10 anos de existência, com cerca de 2 bilhões de usuários ativos.

Tais fatores e elementos evidenciados por essas pesquisas indicam características na apropriação do WhatsApp convergentes ao contexto da Web 2.0, as quais estariam relacionadas à personalização e cooperação ativa nas redes de compartilhamento e mobilidade. É possível realizar algumas comparações, em âmbito geral, desses dados com os apresentados pela experiência etnográfica junto ao grupo de residentes de um prédio, o qual constituiu nosso campo específico de investigação. O grupo em questão consistiu em 11 integrantes (incluindo o pesquisador), todos residentes em um mesmo prédio, organizado por pequenos apartamentos do tipo 'Quitinetes' (3 cômodos). As pessoas que nele residiam no momento em que foi realizada a pesquisa de campo, consistiram, fundamentalmente, em um grupo de estudantes universitários e trabalhadores (todos maiores de 18 anos), os quais, quase em sua hegemonia, tinham como cidade de origem outros municípios.

O município em questão, onde situa-se o espaço físico do prédio, localiza-se na região do noroeste paulista e é considerado de 'médio porte'. A maior parte de sua população reside na área urbana (98%) e conta ainda com cerca de 6 universidades. Essas características de tal município viriam a lhe atribuir um 'estatuto' de centro migratório regional, no sentido de receber, frequentemente, um relativo fluxo de moradores de cidades vizinhas, com o objetivo de encontrar trabalho e frequentar cursos e universidades. Esse consistiu também o perfil básico dos interlocutores residentes do prédio, ou seja, o de pessoas que estariam ali, provisoriamente, com o intuito principal de arranjar algum trabalho e de finalizarem os estudos universitários. O grupo digital do WhatsApp existiu por um período de 10 meses (minha participação enquanto residente do prédio e membro do grupo WhatsApp foi de 6 meses, contudo, após minha saída, o grupo ainda durou mais 4 meses, antes de ser substituído e inaugurado um novo grupo para residentes desse mesmo prédio).

Durante o referido período (6 meses) foram trocadas 5824 mensagens. Desse total, os meses em que ocorreram maior número de postagens foram os três primeiros meses (89% do volume total), sendo paulatinamente diminuído esse volume, até a extinção do grupo, no décimo mês. Dentre os assuntos postados, em geral, 'temas do cotidiano' foram os mais frequentes, o que expõe uma tendência de exposição do privado (privacidade) em espaços coletivos digitais. Esses dados demonstram que não houve uma homogeneidade nos modos de uso do aplicativo pelo grupo, o qual funcionou de modo sazonal.

Os horários com maior pico de postagens ocorreram entre 22:00 e 23:59 (período noturno). Em segundo lugar, os maiores volumes ocorreram entre 13:00 e 15:59. Quanto aos tipos de arquivos postados, a grande maioria corresponde ao formato texto (98%) e, em seguida, áudios (1,7%), fotos (0,6%) e vídeos (0,06%), respectivamente. Dos 11 integrantes, 4 pessoas foram responsáveis por cerca de 74% do volume total de postagens, 3 pessoas por 23% do volume e 4 por apenas 3%. É certo que, postar poucas coisas não é

sinônimo de ‘pouca participação’, pois, a certo modo, todos estiveram sempre ‘anteados’ às movimentações do grupo digital, mesmo que apenas como ‘olheiros’.


A partir dessas estatísticas foi possível apresentar uma noção prévia do volume de dados, interações e formatos de mensagens trocadas pelos interlocutores, via grupo digital. Devido ao fato do campo etnográfico se constituir por um espaço de habitação tanto analógico (prédio) quanto digital (grupo WhatsApp), foi possível experienciar aspectos de presencialidade da “vizinhança”, concomitantemente, no on-line e no off-line, nas complexidades de seus encadeamentos e inter-relações, conforme pode-se vislumbrar no tópico a seguir.

3 | PRESENÇA SOCIAL

Uma mídia difere em graus de *presença social* que podem ser adquiridos entre membros. Por exemplo, uma mídia pode permitir a presença acústica, visual ou até mesmo de contato físico, por meio de recursos computacionais e sensores. Quanto mais aspectos de *presença social* uma mídia contém, maiores seriam as modalidades e possibilidades de influência e interação do usuário.

A *presença social* seria também influenciada pela *intimidade* que se pode estabelecer, tanto a partir do contato presencial (cara a cara, no off-line), quanto pelo contato inteiramente mediado por algum aparelho (o smartphone, por exemplo). Outro elemento referente à *presença social*, consiste em suas modalidades de interação distribuídas em: assíncrona (não simultânea como, por exemplo, enviar um e-mail) e síncrona (trocas em tempo real como, por exemplo, em chats de bate-papo).

O WhatsApp, por exemplo, consiste num aplicativo que permite a interação síncrona e assíncrona. O aplicativo permite ainda o estabelecimento de contato pessoal com a presença físico-geográfica do interlocutor, num mesmo ambiente (devido à mobilidade do smartphone), além de inteiramente mediada (a longa distância). Por fim, permite também a presencialidade por meio de recursos de presença visual (textos escritos, postagem de fotos, vídeos, emojis e postagem de mapas que indicam a localização geográfica atual da pessoa) e acústica (mensagens de voz, vídeo com áudio e, recentemente, ligação telefônica).

Desde 2009, quando lançado o aplicativo, houve algumas alterações e atualizações relevantes, que repercutiriam diretamente na capacidade de *controle* e *privacidade* dos usuários. Nos primeiros anos de operação do aplicativo, em sua configuração padrão, ao receber uma mensagem, o smartphone do participante emitia um sinal sonoro (um assobio), além de aparecer o ícone  no canto superior esquerdo da interface do aparelho. Havia ainda um recurso visual que indicava se a mensagem foi visualizada pelo respectivo interlocutor. Por exemplo, quando uma mensagem era postada a outro interlocutor, aparecia ao lado direito do balão de mensagem o símbolo de um ‘visto’ representado pela figura “

✓”. No momento em que a mensagem era visualizada por seu receptor, seria anotado, ao final, o seguinte caractere: “✓✓”.

Em 2015, ocorreu uma atualização na interface na qual uma mensagem, antes de ser visualizada, indicaria à sua frente o símbolo “✓✓” de cor acinzentada, e, após ser visualizada, tal símbolo seria transfigurado para a cor azulada “✓✓”. No caso de um ‘grupo’ criado no WhatsApp, esse recurso também era disponibilizado, entretanto, não seria possível identificar quais integrantes visualizaram a mensagem (há um grau maior de anonimato). Na configuração padrão do WhatsApp é possível visualizar se o interlocutor está on-line naquele momento ou não. Caso o interlocutor não esteja on-line, era possível também observar a data e horário de seu último acesso.

Esses recursos que permitem saber se um integrante está on-line ou mesmo em quais datas e horários ocorreram seu último acesso, não estiveram presentes para a opção de ‘grupos’ do WhatsApp. Isso indica que na modalidade ‘grupo’ era possível manter maior anonimato nos rastros de presencialidade. Na experiência específica com o grupo WhatsApp dessa pesquisa, apesar de não ser possível saber diretamente que participante estaria on-line em tal momento, todos tiveram participação ativa, mesmo como ‘olheiros’ (não postam muito, mas acompanham conversas). Isso pôde ser evidenciado na medida em que, por vezes, no decorrer das conversas on-line, alguns interlocutores que não estavam prontamente participando das discussões, quando interpelados (invocado seu nome), logo apareciam escrevendo sua opinião.

Desse modo, apesar das discrepâncias no volume de postagem entre os integrantes, e do fato de que não era possível saber, diretamente, quem estava on-line ou quem visualizava as mensagens postadas, o grupo manteve-se bem funcional, visto que, o WhatsApp acabou por configurar nosso principal meio para inter-relações.

4 | RIQUEZA MÉDIA

As mídias sociais diferem em grau de ‘riqueza’ que possuem entre si. Por ‘riqueza’, pode-se compreender a quantidade de informação que é possível ser transmitida, num dado intervalo de tempo. Segundo Kaplan e Haenlein (2010), a ‘riqueza média’ está baseada no pressuposto de que a meta de qualquer comunicação é a resolução de ambiguidade e a redução de incerteza. A *riqueza média* traz, portanto, uma relação entre quantidade de informação e intervalo de tempo. Por exemplo, os antigos SMS ou ‘torpedos’ (antigas mensagens enviadas via celular) disponibilizavam um limite médio de apenas 160 caracteres a serem digitados (se precisar escrever mais, seria necessário iniciar outro SMS e, conseqüentemente, pagar mais). Essas características obrigavam a quem escreve sintetizar o que necessita transmitir, conforme tal limite.

É evidente que, em termos de comunicação, por vezes, ‘falar demasiadamente’ não implica atingir o objetivo de redução de incerteza ou resolução de ambiguidades

daquilo que se gostaria de transmitir. Todavia, um artefato tecnológico que dispõe de distintas modalidades para a construção e envio de uma informação, possibilitará um maior repertório de elementos que servirá de base para as decisões e estratégias do usuário em transmiti-la. O Twitter, por exemplo, configura-se como uma Social Media (criada em 2003) que apesar de ter a possibilidade de oferecer uma maior quantidade de caracteres ao usuário para a construção de uma mensagem, optou por manter basicamente o padrão dos antigos SMS (140 caracteres por mensagem). Essa ‘jogada’ da empresa teve o propósito de, por um lado, abranger o mesmo público já condicionado e educado a digitar mensagens nessas dimensões e, por outro, possibilitar o uso do aplicativo a partir dos modelos mais básicos e simples de celulares.

No caso específico do WhatsApp, o limite estabelecido a ser utilizado por cada mensagem postada corresponde a cerca de 65.536 caracteres (*riqueza média* altíssima). Pode-se, assim, escrever mensagens tanto curtas quanto muito extensas. Em relação ao grupo específico desse estudo, em geral, o uso habitual abrangeu mensagens curtas, frequentemente entre 20 e 60 caracteres. Eventualmente houve postagens com textos grandes, contudo, em momentos bem pontuais.

Os modos de utilização e apropriação dos interlocutores dessas características de transmissão de mensagens do WhatsApp, conferiu peculiaridades às trocas comunicativas, de modo a, inclusive, ser possível constituir um vocabulário próprio ao uso nesses contextos. Dentre palavras escritas nas trocas de nosso grupo, no decorrer da experiência etnográfica, foi possível relacionar um pequeno glossário, como pode ser observado na tabela a seguir:

expressões	Significados	expressões	significados	expressões	Significados
<i>Acc</i>	acompanhando	<i>Eh</i>	é	<i>p</i>	Pra
<i>Add</i>	Adiciona	<i>Fazr</i>	fazer	<i>pf</i>	por favor
<i>Aff</i>	ave!!!	<i>Fds</i>	Fim de semana	<i>pq</i>	Porque
<i>Agnt</i>	Agente	<i>Fiquei</i>	fiquei	<i>ppp</i>	puta que pariu
<i>Agr</i>	Agora	<i>Fvor</i>	por favor	<i>q</i>	Que
<i>Ahauhau</i>	Risada	<i>Fzr</i>	fazer	<i>qal</i>	Qual
<i>Aki</i>	Aqui	<i>Gente</i>	gente	<i>qd</i>	Quando
<i>Ap</i>	Apartamento	<i>Haha</i>	risada	<i>Qem</i>	Quem
<i>Aqi</i>	Aqui	<i>Hehe</i>	risada	<i>qer</i>	Quer
<i>Atá</i>	Ah tá!!	<i>Hra</i>	hora	<i>qero</i>	Quero
<i>Bj</i>	Beijo	<i>Kde</i>	cadê	<i>qnd</i>	Quando
<i>Blz</i>	Beleza	<i>Kkk</i>	risos	<i>Qq</i>	Qualquer
<i>C</i>	Com	<i>Lol</i>	rir alto	<i>qsae</i>	Quase
<i>Cm</i>	Com	<i>Msg</i>	mensagem	<i>rs</i>	Risos

<i>Cmg</i>	Comigo	<i>Msm</i>	mesmo	<i>tb</i>	Também
<i>Ctz</i>	Certeza	<i>Mto</i>	muito	<i>td</i>	Todo
<i>Ctza</i>	Certeza	<i>Mts</i>	muitos	<i>tdos</i>	Todos
<i>Cx</i>	Caixa	<i>N</i>	não	<i>tva</i>	Tava
<i>D</i>	De	<i>Nda</i>	nada	<i>tve</i>	Tive
<i>Dlc</i>	Delícia	<i>Nda</i>	nada	<i>uow</i>	espanto!!
<i>Dpois</i>	Depois	<i>Neh</i>	né	<i>vc</i>	Você
<i>Dps</i>	Depois	<i>Ngm</i>	ninguém	<i>vdd</i>	Verdade
<i>dve</i>	Deve	<i>Nm</i>	nem	<i>vix</i>	Vixe
<i>Dxaram</i>	Deixaram	<i>Obg</i>	obrigado	<i>vlw</i>	Valeu
<i>Dxou</i>	Deixou	<i>Oloko</i>	o louco!!	<i>vzs</i>	Vezes

Tabela 1 – glossário de expressões recorrentemente utilizadas pelo grupo WhatsApp.

Fonte: Arquivo de histórico do aplicativo WhatsApp.

Conforme é possível observar no glossário, a maioria das expressões utilizadas consistem em abreviações ou omissões de letras, com objetivo de facilitar a digitação (por exemplo, beleza – ‘blz’, certeza – ‘ctza’). As acentuações também tendem a ser substituídas por letras como ‘h’ (por exemplo, é – ‘eh’, né – ‘neh’). Todavia, para além da abreviação por questões pragmáticas, há uma certa estética geral consolidada e que pode ser também evidenciada em expressões cujas omissões de letras não fariam muito sentido em termos de ‘praticidade na digitação’. Por exemplo, a palavra ‘gente’, recorrentemente foi anotada como ‘gnte’ (era perfeitamente fácil digitar mais uma letra ‘e’), a palavra ‘hora’ como ‘hra’ (era perfeitamente fácil digitar a letra ‘o’ para completar a palavra), dentre outras.

Isso indica, efetivamente, que menos do que uma simples omissão ou abreviação de palavras e letras a fim de digitar mais rapidamente, essas expressões constituem um vocabulário com estética própria a ser utilizado e adotado nesses espaços digitais. Além disso, algumas expressões já se tornaram ‘clássicas’ no uso desses espaços de discussões digitais, tais como, ‘acc’ (significa ‘acompanhar’, e é utilizada para dizer que está acompanhando e observando, naquele momento, uma conversa, debate ou discussão) e ‘Lol’ (significa, em geral, rir muito alto, rir demasiadamente de algo).

Apesar de haver dificuldades, por inúmeras pessoas, em manusear com agilidade o teclado de um celular ou smartphone, pode-se notar que essa característica de postagens de mensagens curtas está, de certo modo, diretamente relacionada a uma ‘cultura’ (elemento de uma cibercultura³) constituída pela comunicação digital escrita, pois segue-se ainda, em meio a essas novas Social Medias, o mesmo formato básico de construção

3 De acordo com Lemos (2003, p.11) “a cibercultura é a cultura contemporânea marcada pelas tecnologias digitais”, ou seja, consiste em uma “forma sociocultural que emerge da relação simbiótica entre a sociedade, a cultura e as novas tecnologias de base micro-eletrônica que surgiram com a convergência das telecomunicações com a informática na década de 70”.

de mensagens utilizado em antigos serviços, tais como, SMS (torpedos de celulares), ICQs (software para ‘bate-papo’, antecessor ao ‘MSN’) e Chats (salas virtuais de ‘bate-papo’).

No grupo etnográfico específico de residentes do prédio, as mensagens que ‘desviaram-se’ desses parâmetros (ou seja, as mais extensas), foram preferencialmente transmitidas sob o formato de gravação de áudio (mensagem de voz), arquivos de imagens de fotos, ou, até mesmo, documentos de textos digitalizados. Além desses recursos, houve também a utilização de emojis, apesar de a grande maioria das postagens terem sido constituídas por caracteres de texto.

Em suma, conforme foi possível notar, o aplicativo WhatsApp abrange grande versatilidade no que concerne a elementos referentes à *riqueza média*. No tópico seguinte, será discutido a respeito de formas de *auto-apresentação* a partir das respectivas modalidades de recursos de *presencialidade* (presença social), ou, até mesmo, de potencial de *riqueza média*.

5 | AUTO-APRESENTAÇÃO

Para Kaplan e Haenlein (2010), a *auto-apresentação* está relacionada a questões referentes ao desejo do sujeito em criar uma imagem consistente com uma *‘identidade pessoal’*, de forma a controlar impressões que as pessoas formariam. Por exemplo, um indivíduo pode escolher vestir tais e quais roupas com o intuito de ‘parecer mais jovem’ (isso configura uma tática de auto-apresentação).

No aplicativo WhatsApp, em sua configuração inicial, é possível já selecionar alguns recursos referentes à *auto-apresentação*, como, por exemplo, escolher a foto que aparecerá como ‘avatar’ de identificação, bem como o respectivo ‘nickname’. Em nosso grupo, quase hegemonicamente, a foto de avatar escolhida consistiu em um retrato do rosto da própria pessoa, frequentemente a esboçar um sorriso (a exceção foi de um integrante que selecionou como avatar a foto de seu cachorro). A maioria dos integrantes mantiveram a mesma foto durante todo período de existência do grupo. Apenas três pessoas realizaram algumas poucas trocas de fotografias, contudo, sempre seguindo esse mesmo padrão: uma foto frontal e com o rosto a expressar um sorriso. Os nicknames, quando escolhidos (se um usuário não atribuir algum nome, o nickname será o próprio número de telefone), coincidiram com o primeiro nome (real) da pessoa. A exceção foi um integrante que, por não gostar de seu nome original, indicou o nome que gostaria de ser referido.

As táticas de *auto-apresentação* são também colocadas em ação a partir dos modos e conteúdos com que se apresentam as trocas de mensagens. No que diz respeito ao padrão de mensagens de nosso grupo, a linguagem informal, descontraída e com uso de gírias e emojis foi o formato predominante. Postagens de músicas contemplou também um elemento de *auto-apresentação*, assim como fotografias de locais de lazer, quartos e de ocorrências cotidianas. Nesse grupo, o uso de *selfies* (autorretratos) não foi recorrente, de

modo que apenas dois foram registrados.

Em geral, todos procuraram passar uma impressão de serem pessoas legais, amistosas e receptivas, e os modos pelos quais intentaram isso, alternaram-se desde uma expressão mais descolada e comunicativa, até uma postura mais contida, com pouca exposição.

No decorrer da primeira semana de criação do grupo, aos poucos, foi possível começar a presenciar características de *presencialidade*, *auto-apresentação* e *autorrevelação* de cada integrante, conforme sua frequência de participação, construção de mensagens, modalidades de linguagem, assuntos abordados, dentre outros.

Os assuntos abordados no primeiro e segundo dias remeteram a filmes, fotografia, jogos, música e bebidas. Nos dias posteriores, recursos de *auto-apresentação* como fotografias e mensagens de áudio começaram a também integrar o repertório de conversas. Por se tratar de um prédio de pequeno porte, os sons adquiriam quase sempre ‘estatuto coletivo’, de modo a ser um dos principais elementos de *autorrevelação*. O uso da música foi também um instrumento de *auto-apresentação* bastante utilizado nas primeiras semanas, seja a partir de postagens de trechos de áudio ou vídeos via aplicativo, ou até mesmo ao colocar, propositalmente, o som alto para os demais ouvirem.

O som seria, nesse contexto específico do exercício etnográfico, um dos elementos a serem administrados e mediados em meio às táticas de *auto-apresentação*. Isso ocorreria seja através da gravação de sons, músicas e voz, ou, ao contrário, por meio de sua omissão, por exemplo, quando ao passar mensagens apenas escritas com o intuito de não evidenciar o timbre de voz ou entonações emocionais expressas pela cadência do falar.

6 | AUTORREVELAÇÃO

Conforme observado no tópico anterior, a *auto-apresentação* consiste no modo como o indivíduo cria sua imagem a fim de configurar uma impressão desejada de si para os demais. Contudo, de acordo com Kaplan e Haenlein (2010), a apresentação de si é realizada normalmente através da *autorrevelação*, isto é, da revelação consciente ou inconsciente de informações pessoais como, por exemplo, pensamentos, sentimentos, gostos e opiniões. Ainda de acordo com os autores, a *autorrevelação* tende a ser consistente com a imagem que a pessoa gostaria de apresentar, embora nem sempre caminhe nessa direção. Diz respeito, portanto, às informações e revelações que acabam por serem evidenciadas, conforme nossas ações, consciente ou inconscientemente.

Em termos gerais, a rede de relações estabelecidas pelo grupo de moradores em questão constituiu um ambiente amistoso e acolhedor. Desse modo, mesmo em situações de conflito, tais como, som alto e barulhos em horários noturnos, havia a tentativa de passar essa imagem de ‘pessoa bacana’. Isso pôde ser evidenciado a partir de táticas de eufemização das mensagens postadas, de modo que, ao final de uma reclamação, eram

anotadas frases como 'isso não é uma bronca, mas uma dica!', ou, até mesmo, expressões como 'rs', 'kkkk' e 'hehehe' para representar risos ou sorriso.

Todavia, conforme observado anteriormente, a *autorrevelação* poderá apresentar indícios que talvez não caminhem juntos aos propósitos articulados e almejados conforme recursos de *auto-apresentação*. Por exemplo, houve casos de pessoas que, no ambiente digital do grupo, demonstravam-se participativas, comunicativas e descoladas. Contudo, em encontros presenciais off-line ('cara a cara') fora do ambiente do WhatsApp, demonstravam-se quietas, com pouca expressividade verbal e até certa timidez.

Tal situação indica que esse 'ser e estar on-line' é expressão de um 'desejar ser', no sentido de que, pode-se entendê-lo como 'algo que gostaria em mim e que ali consigo expressar'. Pode-se entender, nesse sentido, que tais ambientes on-line e digitais, de certas redes sociais, apresentam condições de passagem a modos de expressão que, em outras circunstâncias, para tais e quais indivíduos, tendem a não se manifestar.

7 | CONSIDERAÇÕES

A experiência etnográfica junto ao grupo de residentes de um prédio, cujo um dos principais meios de interrelações se constituiu via mediação de um aplicativo de compartilhamento de mensagens, permitiu contrastar estratégias de *controle* e *privacidade* de um coletivo de pessoas, tanto no âmbito digital quanto no off-line (analógico).

As noções de *presença social*, *riqueza média*, *auto-apresentação* e *autorrevelação* constituíram, nesse íterim, elementos pertinentes para a análise dos movimentos e das inter-relações nesses contextos híbridos de conexões, em suas complexidades. Nesse sentido, os artefatos digitais não configuram meros meios ou instrumentos de comunicação, mas dizem respeito a uma condição habitativa *atópica*, que não tem forma estável e está em contínua transformação. O habitar passa a ser, de acordo com Di Felice (2009), reticular, poroso e complexo, consoante as conexões e interação entre informações, dispositivos, banco de dados, pessoas e territórios.

Controle e *privacidade* se inscrevem atualmente em uma estratégia de poder cujos rastros de informações pessoais, interesses e gostos são recolhidos e processados por complexos algoritmos que auxiliam na composição de ações de marketing personalizadas e de filtros que tendem a escolher conteúdos mais condizentes com nossas inclinações íntimas. Enquanto a dimensão do público encontra correspondências nos entornos do digital, a dimensão do íntimo tende a ser redimensionada a partir da contínua exposição e compartilhamento de elementos pessoais.

O 'estar conectado' na rede digital é também 'estar conectado' ao mundo social, de estratégias de controle e limiares entre público/privado, e isso pôde ser evidenciado nos paradoxos das múltiplas presencialidades no caso do exercício etnográfico junto ao grupo de moradores do prédio. O habitar no prédio e o habitar na rede digital constitui um lugar no

sentido imputado por Augé (1994), mas, paradoxalmente, também um lugar estranho, que menos do que uma ausência de lugar, constitui-se como um lugar fora do lugar.

REFERÊNCIAS

AUGÉ, M. **Não-Lugares: introdução a uma antropologia da supermodernidade**. 1ª ed. Campinas: Papirus, 1994.

DI FELICE, M. **Paisagens pós-urbanas: o fim da experiência urbana e as formas comunicativas do habitar**. São Paulo: Annablume, 2009.

HARMON, F. **47 Interesting Facts & Stats About WhatsApp**, 2016. Infographic. s/l: 2015. Disponível em: <<http://www.shoponless.com/all-about-whatsapp/>>. Acesso em: 15 dez. 2020.

LEMOS, A. **A Comunicação das Coisas: Teoria ator-rede e cibercultura**. São Paulo: Annablume, 2013.

O'REILLY, T. **What is web**. 30 de set. 2005. Disponível em : <<http://www.oreillynet.com/pub/a/oreilly/tim/news/2005/09/30/what-is-web-20.html>>. Acesso em: 05 mar. 2008.

KAPLAN, A. M.; HAENLEIN, M. **Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media**. Indiana: Kelley school of business, 2010.

LAS COMUNICACIONES: UN RETO EDUCATIVO DURANTE LA PANDEMIA

Data de aceite: 04/07/2022

Data de submissão: 06/05/2022

Teresita de Jesús Marrugo-Puello

Corporación Universitaria Adventista, Facultad de Educación (Medellín - Colombia)
Kigali, Rwanda. Africa
ORCID 0000-0002-8896-7106

Jasleidy Ruiz-Herrera

Corporación Universitaria Adventista, Facultad de Educación
Medellín - Colombia
ORCID 0000-0001-7910-2859.

Onasis Losada-Zamora

Corporación Universitaria Adventista, Facultad de Educación
Medellín - Colombia
ORCID 0000-0002-9657-4038.

María Isabel Ramírez-Garzón

Universidad de los Andes, Facultad de Educación
Bogotá - Colombia
ORCID 0000-0003-0975-6528

Escrito original, derivado del proyecto de investigación "Desafíos en la Comunicación entre Docentes y Estudiantes de los Grados Noveno, Décimo y Undécimo en el Instituto Colombo Venezolano (ICOLVEN) Durante la Presencialidad Asistida por Tecnología en Pandemia" como requisito para optar al título de Magíster en Educación de la Corporación Universitaria Adventista.

RESUMEN: Durante la pandemia del COVID-19 se generaron una serie de cambios de manera

intempestiva en la forma de enseñar y aprender por parte de los docentes y estudiantes respectivamente, lo cual produjo una serie de nuevas metodologías que se implantaron a nivel virtual. A través de este trabajo se plantea encontrar los desafíos en la comunicación entre docentes y estudiantes de los grados noveno, décimo y undécimo en el Instituto Colombo Venezolano (ICOLVEN) localizado en Medellín, Colombia durante la presencialidad asistida por tecnología en pandemia, para así poder brindar herramientas que ayuden en el proceso de enseñanza en momentos de crisis que se avecinen de manera intempestiva. En su metodología, el enfoque de la investigación es cuantitativo, el diseño es no experimental, de tipo transversal y descriptivo. La información se recogió con un cuestionario validado por expertos cuyo índice de validez fue de 0.98. Los resultados fueron analizados por el software SPSS y fue sometido a la prueba de fiabilidad Alpha de Cronbach con un total de 0,874. Los resultados mostraron que sí hubo grandes desafíos en la comunicación, que, si bien perturbaron las clases, no se observó gran perjuicio en el resultado académico. Se concluye que, aunque hubo desafíos en la comunicación durante las clases online en pandemia, se lograron superar para alcanzar buenos resultados académicos. Se sugiere continuar el proceso de educación en las TIC para estudiantes y docentes y seguir haciendo uso de los recursos tecnológicos en el proceso de enseñanza aprendizaje. Además de seguir humanizando la enseñanza y se busque perfeccionar los procesos académicos resaltando siempre el cuidado del ser individual y el cuidado

de otros en la sociedad.

PALABRAS CLAVE: Pandemia, trastornos en las comunicaciones, plataformas, Presencialidad Asistida por Tecnología, confinamiento.

COMMUNICATIONS: AN EDUCATIONAL CHALLENGE DURING THE PANDEMIC

ABSTRACT: During the COVID-19 pandemic, there was a generation of a series of untimely changes in the way teachers and students teach and learn, respectively, which produced an implementation of a series of new methodologies at the virtual level. This work pretends to find the challenges in the communication between teachers and students of the ninth, tenth, and eleventh grades at the Instituto Colombo Venezolano (ICOLVEN), located in Medellín, Colombia, during the study called presence assisted by technology in the pandemic, to be able to provide tools that help in the teaching process in moments of crisis that are approaching in an untimely manner. The research, methodologically, is quantitative with a design non-experimental, cross-sectional, and descriptive. The information was collected with a questionnaire validated by experts whose validity index was 0.98. The results were analyzed by SPSS software and submitted to Cronbach's Alpha reliability test with a total of 0.874. The results showed that there were challenges in communication and that although they disturbed the classes, there was no detriment in the academic results. In conclusion, although there were challenges in the communications during classes online during the pandemic, they achieved good academic results. The recommendation is to continue the ICT education process for students and teachers and use technological resources in the teaching-learning process. In addition, the humanization of teaching is very important and seeks to improve academic processes, always emphasizing the care of the individual being and others in society.

KEYWORDS: Pandemic, communication disorders, platforms, Technology-Assisted Presence, confinement.

1 | INTRODUCCIÓN

Desde el inicio de la pandemia en la ciudad de Wuhan, China, en diciembre de 2019, el nuevo coronavirus ha generado múltiples cambios en todas las esferas a nivel mundial. Una de estas es la educación, la cual se ha visto revolucionada en todas sus formas de enseñar y también de aprender. Todo esto debido al cambio abrupto al que el mundo fue sometido al estar obligados a una cuarentena domiciliaria por varios meses, lo que situó a niños y jóvenes en estado de vulnerabilidad al ser retirados de sus dinámicas y rutinas habituales. De particular importancia se denota el cierre de aulas para disminuir las afectaciones a la salud lo cual obligó a trasladar los procesos educativos a programas virtuales y de educación a distancia en los lugares donde así ha sido posible (ORTIZ, 2020, p. 1).

En el marco de la suspensión de las clases presenciales, la necesidad de mantener la continuidad de los aprendizajes ha impuesto desafíos que los países han abordado

mediante diferentes alternativas y soluciones en relación con los calendarios escolares y las formas de implementación del currículo, por medios no presenciales y con diversas formas de adaptación, priorización y ajuste (CEPAL-UNESCO, 2020). Muchos usaron nuevos métodos en las tecnologías de la información TIC y formas de comunicación con plataformas digitales como Zoom y Microsoft Teams. Es cierto también que las metodologías utilizadas en esta época permitieron minimizar el impacto generado; los docentes compartieron de manera eficaz y rápida diferentes contenidos académicos rompiendo las barreras presentadas por tecnología o falta de recursos económicos (Gil et al., 2021, pág. 46).

En esta investigación se realiza una descripción de los procesos y cambios de la tecnología en el uso de la comunicación como herramienta metodológica para el desarrollo de las clases con modalidad presencial asistida por tecnología (PAT). A su vez se pretende identificar algunas problemáticas con la conectividad a internet y accesibilidad a los equipos de comunicación presentadas por los docentes y estudiantes en el transcurso del confinamiento, para el desarrollo habitual de las clases recibidas desde sus viviendas. Esto en definitiva ayuda a proponer recomendaciones dirigidas hacia los docentes, estudiantes y padres de familia en la parte metodológica, académica, procesos, seguimientos o contenidos trabajados y así nivelar, en el aspecto académico, algunas debilidades encontradas en los estudiantes durante el aprendizaje en casa.

2 | MÉTODO

Metodológicamente hay que señalar que el enfoque de la investigación es cuantitativo con un diseño no experimental de tipo transversal y descriptivo. La población pertenece los grados noveno, décimo y undécimo del Instituto Colombo Venezolano, un colegio localizado en Medellín, Colombia. Una vez recibida la aprobación de este y recolectados los consentimientos informados, se decidió elaborar una encuesta en Google Forms cuyo total fue de 36 preguntas cerradas. Estas fueron anónimas cumpliendo así con los aspectos de confidencialidad y respeto a las personas sujeto del estudio. Posteriormente, previa evaluación de la encuesta por expertos, se obtuvo un índice de validez de 0.98. Luego se procedió a analizar los resultados en el SPSS con una fiabilidad según el Alpha de Cronbach de 0,874. El total de estudiantes en esos grados escolares es de 161 de los cuales se pudieron recoger 157 consentimientos informados, es decir, un total de 4 estudiantes no participaron.

Como criterio de exclusión se estableció el no contar con los consentimientos informados de los padres o que algún estudiante no quisiera hacer la prueba. Como criterio de inclusión se tomó en cuenta todos los estudiantes de los grados noveno, décimo y undécimo sin distinción de edad, género, creencias, etnicidad o discapacidad.

Fueron clasificadas las preguntas en 2 variables: 1. Desafíos en la comunicación y 2. Rendimiento académico y adaptaciones curriculares. Los desafíos en la comunicación

recogen información sobre el personal existente en casa durante el confinamiento, su estrato social con las adaptaciones en el hogar hechas en este período, el espacio donde estudiaba y sus distractores, los tipos de plataformas, conexiones a internet para tomar las clases, comunicación con sus docentes y pares, el envío de sus trabajos y evaluación de la efectividad en las comunicaciones con ellos.

La otra variable de rendimiento académico y adaptaciones curriculares recogen información sobre los contenidos académicos, cambios hechos por los docentes en la enseñanza, el tiempo utilizado para las clases, las formas de evaluación y de impartir las clases por los docentes, el tipo de retroalimentación recibida por los docentes, las plataformas usadas para realizar las entregas de los trabajos, la comprensión del docente con el estudiante, si este contaba con apoyo para estudiar, si la institución colaboró de alguna manera, las plataformas por donde ingresaba el estudiante y lo que generó en los estudiantes el aprendizaje por PAT como por ejemplo, el aburrimiento entre otros.

3 | RESULTADOS

Luego de obtener las respuestas de los estudiantes se puede hacer un análisis más completo para lograr los resultados. A continuación, se detallarán los más relevantes para el estudio. La mayoría de la población encuestada eran adolescentes entre los 14 y 18 años, con predominancia del sexo masculino, pertenecientes a los grados noveno a undécimo en un colegio mixto ubicado en estrato 5 de la ciudad de Medellín, Colombia, donde asistían mayormente estudiantes entre los estratos 3 al 6 que vivían más en zona urbana que rural. Se evidenció que los jóvenes tenían en sus hogares al menos un niño y de tres a cuatro personas adultas acompañantes.

Con respecto al dispositivo electrónico usado para las clases virtuales se contaba con computador, tableta, celular o iPad. Pero el gran porcentaje de uso estuvo con el computador, el cual tenía buen funcionamiento. Sobre la comodidad del espacio donde recibía las clases, el 80,89% respondieron que era cómodo.

En los resultados de la figura 1, que compara los principales medios de comunicación entre docente y estudiante en los tres grados estudiados, se puede notar que el grado noveno fue el que más utilizó WhatsApp y Zoom. Los del grado décimo se destacó por utilizar más Zoom, luego el undécimo que utilizó por igual el Zoom y el WhatsApp, seguido del correo electrónico. En cuanto a la retroalimentación todos la recibieron, pero el que más la obtuvo fue el grado noveno.

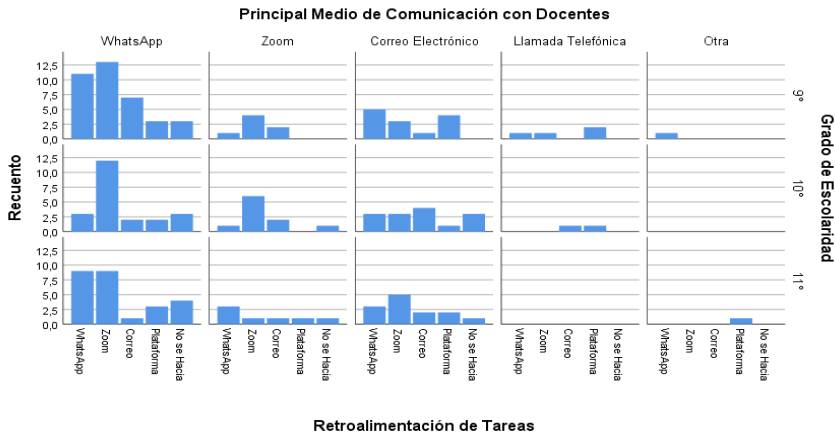


FIGURA 1: Retroalimentación, Principales Medios de Comunicación con el Docente y Grados

En la figura 2, se compara el principal canal de comunicación entre compañeros y docentes donde sobresalió el uso del WhatsApp, seguido del correo electrónico y del Zoom.

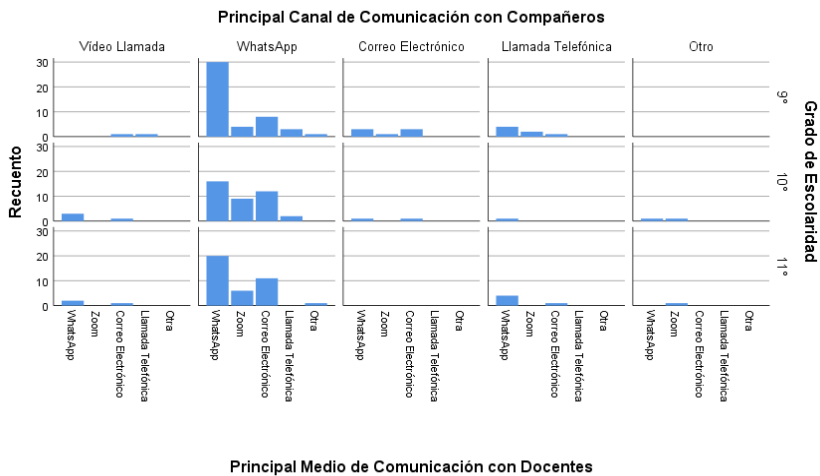


FIGURA 2: Principal Medio de Comunicación con el Docente y Entre Compañeros, Grados

En la figura 3 se aprecia que, aunque se presentaron distractores como música, televisión, ruido de personas y animales, no se evidenció alteración relevante en cuanto a los resultados académicos, siendo el más destacado el del grado noveno.

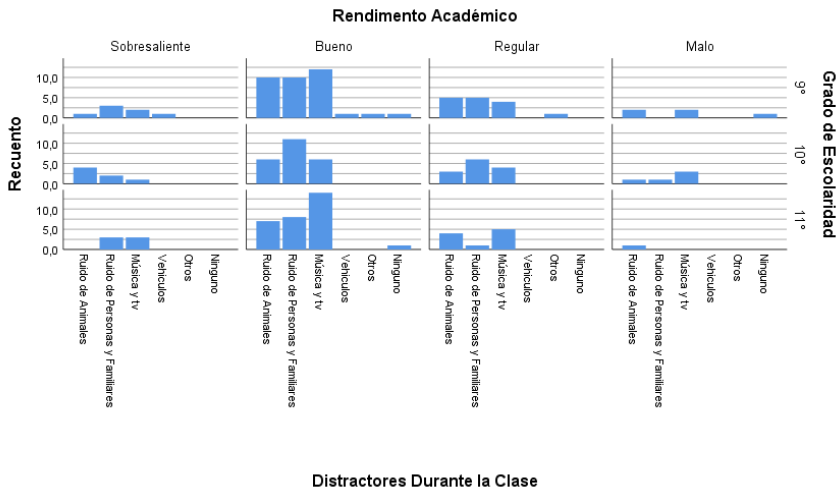


FIGURA 3: Rendimiento Académico, Distractores, Grados

En la Figura 4 se resalta la lentitud en el internet, seguido del audio con los docentes y caída del internet. Esto se alcanza a apreciar en todos grados y especialmente en las casas donde habitaban de 3 a 4 personas.

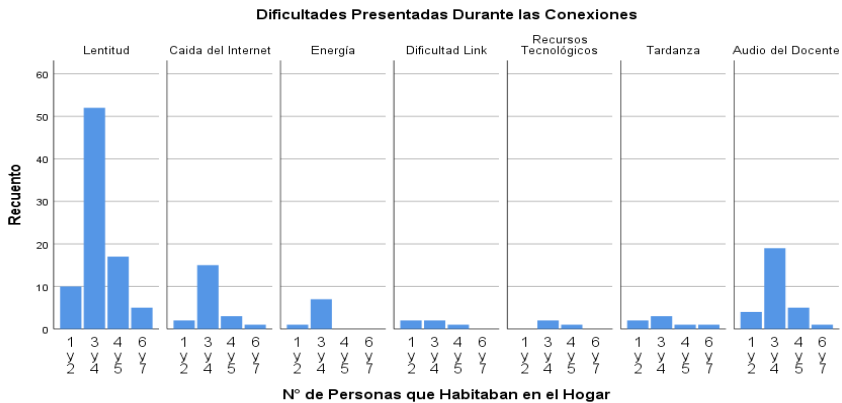


FIGURA 4: Número de Personas que Habitaban en el Hogar y Dificultades con las Conexiones

La figura 5 muestra que los docentes utilizaron más el Zoom como plataforma para sus clases. En cuanto a la experiencia con la plataforma, se evidencia que la mayoría menciona que a veces se podía acceder y otros que era accesible siempre.

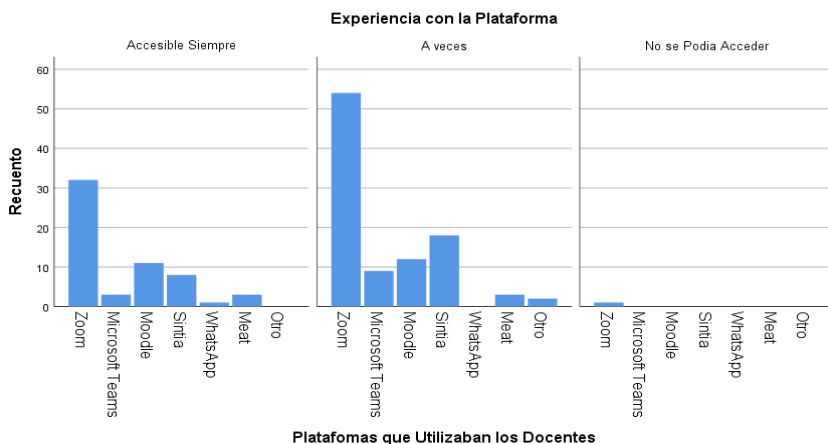


FIGURA 5: Experiencias con la Plataforma y Plataformas que Utilizaban los Docentes

En la figura 6 se observa que el contenido académico fue catalogado como bueno y en otras regular en cuanto a los tiempos utilizados en las clases los estudiantes lo consideran en su mayoría como suficiente y larga.

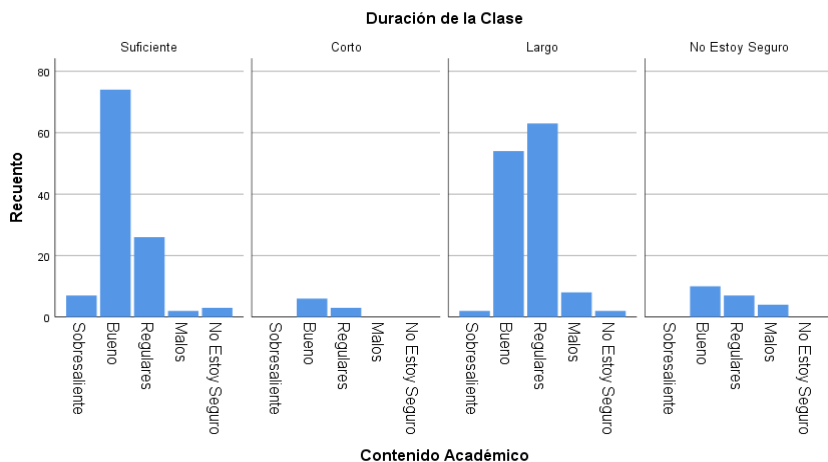


FIGURA 6: Duración de la Clase y Contenido Académico

También se evidenciaron que los docentes realizaron algunas adaptaciones en su forma de evaluar usando actividades orales, cuestionarios y juegos. La mayoría de estudiantes manifestaron que sus clases fueron dinámicas y que muchos de sus docentes estuvieron dispuestos a aclarar sus dudas y fueron comprensibles ante las dificultades presentadas en la conectividad. Además, las plataformas usadas para las asignaciones académicas estuvieron disponibles como lo fueron Sintia, correo electrónico y WhatsApp.

Adicionalmente, los materiales de apoyo usado por los estudiantes para realizar las tareas fueron a través de YouTube y Google. También es de destacar la ayuda recibida por parte de la institución hacia los estudiantes por medio de tutorías a través del docente y se destaca que el grado que más recibió estas fue el noveno, reflejándose en un buen resultado académico para ellos.

4 | DISCUSIÓN

Este trabajo, busca responder a la siguiente pregunta ¿cuáles fueron los desafíos presentados en la comunicación para los estudiantes de los grados noveno, décimo y undécimo del Instituto Colombo Venezolano (ICOLVEN) de Medellín, Colombia, al recibir sus clases bajo la modalidad llamada presencialidad asistida por tecnología durante la pandemia generada por el COVID-19? Se encontró que la mayoría de la población era similar en su edad y contexto socio cultural teniendo acceso a equipos tecnológicos que, aunque se tuvo enlentecimiento del internet o distractores, no se alteraron los resultados académicos. NEIRA (2021) está de acuerdo con la lentitud del internet, y lo asocia a la alta conexión a internet de millones de personas en el mundo. Se sumó también, el mal audio del docente que interfirió con las clases, siendo relevante que se tengan buenos micrófonos. De hecho, la comunicación entre docentes y estudiantes fue mantenida por el uso del WhatsApp igual como lo menciona LUCIO et al., (2020). Este también encontró que los estudiantes cumplieron en menos del 60% con las actividades académicas y, aunque este análisis no se realizó en este estudio, sería importante investigarlo en dicha institución educativa.

Los estudiantes se ayudaron para avanzar en el estudio con las plataformas Google y YouTube, lo que contribuyó a obtener mejores resultados académicos, lo que se relaciona con ARDINI et al., (2020). Además, los estudiantes recibieron tutorías docentes y familiares ayudando en su buen desempeño escolar. HERNANDÉZ y NAVARRO (2017) motivan la planificación tutorial docente basado en un aprendizaje concreto con metodologías de trabajo definidas y estratégicas. Se suma que se presentó una transición rápida, sin preparación, organización y sin suficiente apoyo tecnológico según CADAMURO et al., (2021), afectando la calidad y cantidad en el tiempo de clases, la metodología y la forma de evaluar cómo se evidenció en este trabajo.

Las plataformas más usadas por los docentes en sus clases fueron Zoom, Sintia y Microsoft Teams que está acorde con SUÁREZ-ESCUADERO et al., (2021). En ocasiones la conexión era intermitente, pero en su mayoría hubo buena accesibilidad. Para la entrega de las asignaciones académicas, la plataforma más utilizada fue Sintia, pero WhatsApp también fue muy utilizado, mencionado igualmente por PONCE, et al., (2021). Para la retroalimentación a los estudiantes fueron utilizadas Zoom, WhatsApp y Moodle, sin embargo, un bajo porcentaje de docentes no hizo retroalimentación.

Es también relevante analizar el motivo de tal acción docente, que probablemente se

haya debido a la rutina de trabajo más pesada y estresante en el período del confinamiento, pero se podría hacer un estudio al respecto en esta institución para confirmarlo. También al no poder ingresar a la plataforma, los estudiantes se ayudaron con videos grabados de las clases, que fue frecuente en otros sitios (HILARIO-MUÑOZ y YUPANQUI-PAUCAR, 2021). Aquellos se sintieron en parte apoyados por la institución, aunque otro porcentaje no lo revela así.

El estar en una era tecnológica no implicó que la conectividad a internet funcionara perfectamente. La parte humana también falló en algunos momentos, evidenciándose la necesidad de continuar los esfuerzos para una mejor integración entre todos los actores del proceso enseñanza aprendizaje para superar obstáculos que impidan lograr altos estándares. Además, sería bueno no echar de lado la tecnología una vez pasada la pandemia, como herramienta útil en el aprendizaje ya que permitirá a los estudiantes desarrollar habilidades colaborativas y mejorar su adaptabilidad para satisfacer los resultados del aprendizaje (FERREL y RYAN, 2020). Además, el proceso de humanización de los educadores, del sistema y la sociedad buscando generar empatía entre ellos es importante (COVARRUBIAS, 2021), logrando ser tolerantes y comprensivos ante la adversidad de las comunicaciones para lograr mejores resultados.

Se puede concluir, para contestar a la pregunta objetivo del estudio, que sí hubo trastornos en la comunicación entre docentes y estudiantes además de cambios tecnológicos, metodológicos, problemas con la conectividad y accesibilidad durante el estudio por PAT en pandemia en el colegio ICOLVEN. No se puede dar por sentado que el conocimiento de las TIC era avanzado por ser de la generación Z o jóvenes de eras tecnológicas (SUÁREZ-ESCUADERO et al., 2021), por lo que se sugiere el buscar “el equilibrio y la confluencia entre las tareas docentes formativas y la necesidad de dejar a los aprendices más espacios para asumir un mayor protagonismo en el proceso” (FLORES, 2012, p. 75).

Son debilidades del estudio el carácter voluntario del diligenciamiento de la encuesta que condujo a que no todos los estudiantes de los cursos participaran en su totalidad, con la ausencia de cuatro estudiantes. También se hubiera podido involucrar más grados escolares, lo que puede quedar para un futuro estudio.

5 | CONCLUSIONES

De acuerdo a los resultados obtenidos, se concluye que la mayor parte de los adolescentes encuestados, se encontraban en igualdad de condiciones socioeconómicas y culturales, pero tuvieron que enfrentar varios desafíos. Muchos sufrieron trastornos en las comunicaciones como lo fue la lentitud del internet y problemas en el audio del docente. Aunque en ocasiones las plataformas no eran accesibles, se enfrentaron a distractores y a veces no tenían retroalimentación del docente o tutorías, esto no fue impedimento para obtener un buen resultado académico. Sin embargo, a los estudiantes con un buen

rendimiento académico, tenían acceso a tutorías docentes, tutorías familiares, buena conectividad y consultoría a páginas web como Google y YouTube entre las más relevantes.

También la parte humana del docente, como el ser comprensivo con el estudiante ante las dificultades del internet, favorecieron el seguir adelante en esta situación. Muchos hicieron su parte en la preparación de clases, en el tiempo y la mejor calidad de estas, la utilización de nuevas metodologías y nuevas motivaciones en las TIC, cambiando las formas de valorar el conocimiento estudiantil. Y, a pesar de estos cambios, muchos manifestaron aburrimiento en clases.

La institución también participó activamente para evitar trastornos en el aprendizaje brindando tutorías lo que ayudó en el avance de buenos resultados académicos. Adicionalmente, las plataformas más frecuentes para dictar clases fueron Zoom, Sintia y Microsoft Teams. Esto incluía también la entrega de las asignaciones académicas en la plataforma Sintia, la cual fue la más usada. Además, los docentes utilizaron como el principal medio de comunicación con sus estudiantes el WhatsApp. En cuanto a realizar retroalimentación a los estudiantes, lo que más usaron los docentes fueron las plataformas como Zoom, WhatsApp y Moodle. Adicionalmente, al no poder ingresar a la plataforma, los estudiantes en su mayoría se ayudaban con videos y grabaciones de la clase, pero otro grupo le preguntaba a un compañero.

Se concluye entonces que durante la pandemia y el estudio con la modalidad PAT en el colegio ICOLVEN, hubo que hacer cambios intempestivos en la forma como se iba a continuar el estudio en casa. Estos cambios fueron también en la calidad del contenido, la cantidad, el tiempo de clases, la forma como ahora debían hacer sus investigaciones y complementar sus estudios. Además, debieron exponerse a cambios en el entorno que los rodeaba, a los trastornos en la conectividad, a recibir ayudas por parte del docente, la institución o un compañero, a buscar materiales didácticos adicionales como fueron los videos para poder entender y complementar sus conocimientos. Es decir, enfrentarse a todos los otros cambios originados por la pandemia no solo para los estudiantes y sus familias, sino para los docentes y la misma institución.

En términos generales la encuesta permite revelar probables aspectos desconocidos a revisar de la metodología usada por los docentes, las falencias en la conectividad o en la relación docente estudiante, que servirán en un futuro para realizar planes de acción, con la finalidad de mejorar hacia un programa firme de transmisión del conocimiento online soportado en las tecnologías actuales cambiantes.

REFERENCIAS

ARDINI C., BARROSO M. B., CONTRERAS L. & CORZO L. **Estudiar durante una pandemia: una mirada al rol del estudiante y la experiencia educativa en entornos virtuales en el marco del ASPO por la pandemia COVID-19.** Publicación Digital. Mutual Conexión. Facultad de Ciencias de la Comunicación Universidad Nacional de Córdoba. Córdoba, Argentina. 2020.

CADAMURO, A., BISAGNO, E., RUBICHI, S., ROSSI, L., COTTAFANI, D., CRAPOLICCHIO, E., & VEZZALI, L. **Distance learning and teaching as a consequence of the Covid-19 pandemic: a survey of teachers and students of an Italian high school taking into account technological issues, attitudes and beliefs toward distance learning, metacognitive skills.** *Journal of e-Learning and Knowledge Society*, 17(1), 81-89. 2021

CEPAL-UNESCO. **La educación en tiempos de la pandemia de COVID-19.** [online] Santiago. Available at: <https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/45904/S2000510_es.pdf?sequence=1&isAllowed=y> [Accessed 17 September 2021]. 2021.

COVARRUBIAS HERNÁNDEZ, LILIANA. **Educación a distancia: transformación de los aprendizajes.** *Telos: Revista de Estudios Interdisciplinarios en Ciencias Sociales*, 23 (1), Venezuela. (Pp. 150-160). 2021.

FERREL, M. N., & RYAN, J. J. **The Impact of COVID-19 on Medical Education.** *Cureus*, 12(3), e7492. <https://doi.org/10.7759/cureus.7492> 2020.

FLORES, O. **TIC y Docencia universitaria: ¿Cambian las metodologías docentes según el grado de presencialidad de las asignaturas?** El caso de la Universidad de Lleida. *Píxel-Bit. Revista de Medios y Educación*, 41, 63-76. 2012.

HERNÁNDEZ, E. Y NAVARRO, M. **Percepciones de los estudiantes sobre el uso del ordenador personal y otros recursos en el aula universitaria.** *Píxel-Bit. Revista de Medios y Educación*, núm. 50, enero, 2017, pp. 123-135 Universidad de Sevilla, España (2017).

HILARIO-MUÑOZ, J. AND YUPANQUI-PAUCAR, Y., **Clases virtuales durante la pandemia por Covid19: Desafío tecnológico para los padres de familia.** [online] Celats.org. Available at: <<https://www.celats.org/28-publicaciones/nueva-accion-critica-14/383-clases-virtuales-durante-la-pandemia-por-covid19-desafio-tecnologico-para-los-padres-de-familia>> [Accessed 17 April 2022]. 2021.

LUCIO, P. B., ZIMMERMAN, A. A., ALTAMIRANO, C. A. L., ALCARAZ, V. A. L., & DOMÍNGUEZ, J. L. C. **Encuesta Nacional a Docentes ante el COVID-19. Retos para la educación a distancia.** *Revista Latinoamericana de Estudios Educativos (México)*, 50, 41-88. 2020.

NEIRA, E. A. S. **Percepciones de los estudiantes sobre la estrategia Aprende en Casa durante la pandemia COVID-19.** *Academia Y Virtualidad*, 14(1), 133-150 2021.

PONCE, T., VIELMA, C., Y BELLEI, C. **Experiencias educativas de niñas, niños y adolescentes chilenos confinados por la pandemia COVID-19.** *Revista Iberoamericana de Educación (2021)*, vol. 86 núm. 1, pp. 97-115] – OEI <https://doi.org/10.35362/rie8614415> - ISSN: 1022-6508 / ISSNe: 1681-5653 2021.

SUÁREZ-ESCUADERO, J., BEDOYA, L., POSADA, M., ARBOLEDA, E., URBINA, A., RAMÍREZ, S., BOHÓRQUEZ, C. AND FERREIRA, J. **Percepción de los estudiantes sobre adaptaciones virtuales en cursos de anatomía humana por la contingencia SARS-CoV-2** | *Academia y Virtualidad*. [online] [Revistas.unimilitar.edu.co](https://revistas.unimilitar.edu.co). Available at <<https://revistas.unimilitar.edu.co/index.php/ravi/article/view/5275/4761#info>> [Accessed 17 April 2022]. 2021

O POTENCIAL DE EXPERIÊNCIA AURÁTICA EM FOTOGRAFIAS EM PRETO E BRANCO

Data de aceite: 04/07/2022

Data de submissão 09/05/2022

Marcia Boroski

Doutora em Comunicação e Linguagens pela Universidade Tuiuti do Paraná. Docente no Centro Universitário Internacional Uninter Curitiba (PR)
<http://lattes.cnpq.br/9231326230976504>

RESUMO: Este artigo tem como objetivo discutir a partir de quais formas a fotografia em preto e branco (p&b) tem o potencial de proporcionar experiência aurática. Para tanto, realizamos uma discussão teórica sobre os conceitos de fotografia em p&b (FLUSSER, 2018; AUGUSTO; TOUTAIN, 2016; HEDGECOE, 2013), experiência estética (CAETANO, 2013; SANTOS, 2010), efeitos de sentido e de presença (GUMBRECHT, 2010) e experiência aurática (BENJAMIN, 1994, 2014; DIDI-HUBERMAN, 2010). Propõe-se, também, um debate teórico sobre as fotografias em p&b finalistas do prêmio *World Press Photo*, as quais consideramos relevantes para os temas estudados nesse trabalho. Como resultados, percebemos que a vocação do p&b para a expressão do volume e o aprofundamento do espaço contribuem para o seu potencial de experiência aurática.

PALAVRAS-CHAVE: Estética da comunicação. Experiência estética. Aura da fotografia. Fotografia em preto e branco.

THE AURATIC EXPERIENCE POTENTIAL IN BLACK AND WHITE PHOTOGRAPHS

ABSTRACT: This article aims to discuss the ways in which black and white (b&w) photography has the potential to provide auratic experience. For this purpose, we conducted a theoretical discussion on the concepts of b&w photography (FLUSSER, 2018; AUGUSTO; TOUTAIN, 2016; HEDGECOE, 2013), aesthetic experience (CAETANO, 2013; SANTOS, 2010), effects of sense and presence (GUMBRECHT, 2010) and auratic experience (BENJAMIN, 1994, 2014; DIDI-HUBERMAN, 2010). It is also proposed a theoretical debate on the World Press Photo finalists b&w photographs, which we consider relevant to the themes studied in this work. As a result, we realize that the vocation of b&w to express volume and deepening of space contribute to its potential for auratic experience.

KEYWORDS: Communication aesthetics; Aesthetic experience; Photography aura; Black and white photography.

Os usos de fotografias no jornalismo têm passado por diversas mudanças ao longo do tempo. Inicialmente, entraram nas páginas do jornal impresso como ilustração visual do fato contado pelo texto verbal; posteriormente, alcançaram espaço mais autônomo, em especial pela valorização que a imagem fotográfica ganhou nas revistas. Com a chegada e a popularização da TV, o nascimento das agências de fotografia, a produção e impressão fotográfica em cores e os processos de digitalização (para

citar apenas alguns dos pontos marcantes de desenvolvimento do fotojornalismo), o campo se torna ainda mais complexo e ramificado (BIONDI, 2014; BUITONI, 2011; CAETANO, 2010; SOUSA, 2002).

Busca-se cada vez mais — e de formas mais contundentes —, a venda, o clique, as estratégias de marketing e publicitárias. Consequentemente, o fotojornalismo tende a operar por lógicas que atendam a isso, com imagens que podem chamar mais a atenção, serem mais estáveis ao olhar, impactantes e outras táticas visuais e mercadológicas. Com uma história recorrentemente relacionada a visadas técnicas, a fotografia e o fotojornalismo são entremeados por dimensões objetiva e subjetiva, que implicaram em modos de fazer, modos de ver e modos de dar a ver. Conceitualmente, podemos definir o campo do fotojornalismo como uma atividade fotográfica com intenção de documentar ou informar (em um sentido mais amplo) e uma produção de notícias por meio da fotografia, em um sentido mais estrito (SOUSA, 2002).

Considerando o dinamismo e a diversidade do cenário (ainda que pouco delineado), nossa atenção volta-se para o fotojornalismo premiado, devido ao seu caráter de rubrica à qualidade jornalística e fotográfica; e, neste contexto, especificamente, para as fotografias em preto e branco (p&b). A fotografia em p&b é, ao mesmo tempo, expressão do passado e do presente do jornalismo: revela-se ainda hoje nas capas e páginas de jornais e revistas, figura em sites e aplicativos e em livros frutos de projetos jornalísticos e/ou documentais. Está presente, também, no fotojornalismo premiado. A evidência da sua presença, enquanto ocorrência chancelada pelo prêmio, nos chama atenção; em um contexto de amplas possibilidades e usos de fotografia em cor, se dá a ver por meio do p&b.

Há muitas formas pelas quais poderíamos abordar o estilo no campo comunicacional midiático e, mais especificamente, no jornalismo; para esse artigo, temos como objetivo discutir a partir de quais formas a fotografia em preto e branco tem potencial de proporcionar experiência aurática — sendo isso um desdobramento da noção de experiência estética, a partir da perspectiva kantiana, e das discussões sobre aura e reprodutibilidade em Benjamin (1994, 2014) e Didi-Huberman (2010).

Isso posto, temos como recorte as fotografias em p&b finalistas do prêmio *World Press Photo* (WPP)¹, entre os anos de 2010 a 2020. O recorte temporal visa alcançar um contexto histórico que possibilite uma experiência sensível própria da cultura digital. Ademais, ainda que possamos entender a premiação como um espaço de apresentação de tendências, acredita-se que tal ambiência só pôde ter um efeito mais vigoroso neste espaço de reconhecimento a partir de 2010.

Por meio de um gesto metodológico exploratório, fizemos a construção do *corpus* tendo como critério de seleção as fotografias que fossem representativas do potencial de experiência aurática, priorizando aquelas com sombras demarcadas — o que enfatiza a experiência espacial; a partir disso, selecionamos três imagens.

¹ Disponível em: <https://www.worldpressphoto.org/collection/photo-contest>. Acesso em: out. 2020.

Além disso, discutimos os potenciais da fotografia p&b produzir tais experiências auráticas, por meio de uma pesquisa bibliográfica e, a partir dela, discussão teórica aplicada ao recorte sobre os conceitos de fotografia em p&b (FLUSSER, 2018; AUGUSTO; TOUTAIN, 2016; HEDGECOE, 2013), experiência estética (CAETANO, 2013; SANTOS, 2010), efeitos de sentido de presença (GUMBRECHT, 2010) e, também, a noção de experiência aurática (BENJAMIN, 2014; DIDI-HUBERMAN, 2010), dentre outros.

FOTOGRAFIA EM PRETO E BRANCO

A fotografia que falamos aqui é aquela publicada em p&b por escolha, como um modo de dizer e contar sobre algo ou alguém; ou seja, é produzida, em sua maioria, em um contexto digital. A fotografia analógica em p&b foi prioritariamente utilizada até o fim da Segunda Guerra Mundial, quando houve a popularização dos filmes de 35 mm em cor (SMITH, 2018). Com o tempo, o estilo monocromático foi perdendo frequência no fotojornalismo, sendo reservado a produções autorais, o que aconteceu paralelamente ao processo de digitalização. Entretanto, esse estilo ainda é publicado, o que nos chama atenção, mesmo com tais mudanças e possibilidades digitais, especialmente com a pós-produção e o negativo digital² — o que acresce à prática fotográfica ainda mais possibilidades criativas. Nos parece que, desobrigada de condições técnicas, o estilo pode operar, propor e atualizar condições para significações próprias de sua vocação.

Especialmente no contexto de produção digital (AUGUSTO; TOUTAIN, 2016), a fotografia em p&b apresenta-se como uma escolha discursiva, que realça as variações da luz, os volumes, as fragmentações do espaço. A partir de tal condição, é comum verificar dentro da produção fotográfica que determinadas fotos “já nascem” em p&b. A frase, que quase soa como um jargão na área, refere-se a preferências de figurações e composições melhor expressadas pelo maior contraste de luz e sombra, como, por exemplo, as com linhas mais geométricas. Os autores também apontam que a fotografia em p&b constitui-se como um enunciado que aciona a dimensão estética e que mobiliza a sensação da espacialidade, da propriocepção e, segundo Augusto e Toutain (2006), os efeitos interpretativos e subjetivos, aspectos que serão adequadamente explorados mais à frente.

Tal como outras apreensões de linguagem e produções de sentido, as concepções de sentido a partir da cor são dinâmicas e, conforme usos e práticas por meio das quais as cores são implicadas, tais sentidos esses que se dão por dimensões singulares e compartilhadas (SILVEIRA, 2005). Por outro lado, do ponto de vista de percepção cromática a autora aponta que o p&b demanda complementação. Parece haver uma fenda subjetiva pela qual se dá a leitura da foto em p&b, seja a partir de sua necessidade de

² O negativo digital é uma imagem cujo formato é conhecido como RAW (cru, em inglês) e tem como características ter sido feita por um aparelho e não ter sido processada, ou seja, mantém as todas as informações captadas, inclusive as cromáticas, com maior qualidade (REGINA, 2005). Uma fotografia em RAW permite que se mantenha no arquivo aquela informação em cores, direcionando à pós-produção a edição em p&b, por exemplo. O formato ainda pode ser utilizado como prova de que a fotografia não foi manipulada.

complementação cromática ou, ainda, de outras questões técnicas.

Em termos de composição, a ausência de cor permite que você se concentre na forma, textura e padrão. Há ainda vantagens práticas. Em retratos, as manchas da pele são muito menos aparentes do que em cor. Não há problemas com a temperatura da cor e com iluminação mista (HEDGECOE, 2013, p. 118).

Há configurações de ordem técnica próprias da fotografia em p&b que podem orientar a leitura fotográfica; todavia, acredita-se na impossibilidade de sentidos *a priori* ou determinados tecnicamente. A comunicação é tomada como um processo interacional – ou seja, sem garantia de sentidos –, e se reconhece, ainda, que o processo de interação entre o observador e o objeto é uma troca (CAETANO, 2005, p.141). Ao retratar o mundo de forma diferente de como ele é, percebe-se, de forma mais contundente, seu uso como uma escolha discursiva.

A linguagem fotográfica p&b tem a especificidade de deixar mais explícitas as nuances da luz. Compreendendo-a como uma escolha técnica e, por isso, uma escolha enunciativa, quando bem utilizada, destaca-se o jogo de luz e a sombra da cena (BOROSKI, 2019, p. 167).

Tais sentidos, portanto, tanto podem ser frutos de estratégias quanto de surgir ao acaso. Do ponto de vista estratégico, há o risco de incorrer em estetização – fenômeno que direciona (ou força) o acionamento do sensível.

Segundo Barthes (2017), a fotografia é algo que dá notícias (no sentido de dar a ver) de algo que já morreu, explicitando sua forte ligação com o referente – afirmação sistematizada pelo isto-foi. Pode ser tomada como uma representação do mundo lá fora, tornando visível cenas inacessíveis ou passageiras, definição esta que não explica as fotografias em p&b. Não existem cenas em p&b no mundo lá fora, e isso é sabido e aceito. Contudo, existem fotos em p&b, que também são sabidas e aceitas, e mais: são plausíveis, consumíveis, escolhidas, preferidas, reproduzidas; e, para Flusser (2018), isso é possível pois as fotografias em p&b são conceituais, ou melhor, mais conceituais do que as em cores.

O preto e o branco são vistos como situações-limite, pela ausência de cor no preto e a reunião das cores no branco e, mesmo que não haja cenas em p&b no mundo, as fotografias em p&b existem e “elas imaginam determinado conceito” (FLUSSER, 2018, p. 53). É justamente na sua localização como uma situação-limite que se encontra sua singularidade epistemológica.

Dizer que as fotografias em p&b são conceituais, na verdade, é também dizer que todos os constituintes da imagem fotográfica são conceitos, transcódificados e expressos na imagem; a noção de conceito aqui é tomada como uma representação mental de um objeto do mundo (abstrato ou concreto), e que pode significar o próprio objeto no processo de reconhecimento. O mundo em p&b, se existisse, seria todo logicamente explicável, pois

tudo estaria no espectro preto e branco.

O processo de transcodificação pelo qual passa o mundo lá fora até constituir-se em uma cena em p&b se dá pelas teorias, em especial, as da ótica, pelas quais é possível transformar os conceitos em cenas, magicizando as teorias. “As fotografias em preto e branco são a magia do pensamento teórico, conceitual, e é precisamente nisso que reside seu fascínio.” (FLUSSER, 2018, p. 53).

Vale ainda lembrar que o autor utiliza a fotografia quase como uma metáfora para discutir modos de pensamento e modos de produção; a fotografia é tomada como uma imagem técnica, produzida por um aparelho, que transcodifica o pensamento conceitual em imagem fotográfica. Decifrar o aparelho, e seus modos de programação, é cair sobre um novo aparelho, e assim por diante. A programação desse visa a programar comportamentos sociais a fim de que esses lhe aperfeiçoem. Nesse contexto, afirma que: “muitos fotógrafos preferem fotografar em preto e branco, porque tais fotografias mostram o verdadeiro significado dos símbolos fotográficos: o universo dos conceitos.” (FLUSSER, 2018, p. 54).

O pensamento filosófico de Vilém Flusser re-situa a discussão sobre a fotografia; recorrentemente, a discutimos pelo viés da linguagem e ele também o faz, mas parece adicionar outras perspectivas — de fato, filosóficas — ao pensamento fotográfico.

Por outro lado, é possível pensar a fotografia em p&b por meio de seu caráter simbólico, considerando a leitura global da imagem fotográfica, seus constituintes (como composição, contraste, enquadramento) e, também, outras escolhas do fotógrafo, como a objetiva, a abertura, a exposição e os temas fotográficos.

A fotografia em preto e branco transita pelo ícone, em seus aspectos de similaridade, e pelo índice, no seu caráter de testemunho; contudo, é no simbólico, no interpretante, que ela expressa sua singularidade, com mais efeitos interpretativos. A imagem fotográfica p&b “parece direcionar a mente de forma mais ágil, para a produção de interpretantes mais conceituais (AUGUSTO; TOUTAIN, 2016, p. 136), ainda, ou, talvez, justamente porque não tem compromisso mimético com a realidade. Nossa leitura aqui implicada não toma a fotografia como indicial, icônica ou simbólica, *a priori*, pois nossa visada semiótica é discursiva; ainda assim, nos chama atenção a ideia de que “são inevitáveis outros efeitos interpretativos, dado um maior espaço subjetivo/interpretativo gerado pela ausência de outras cores, se não, apenas o preto, o branco e as diversas tonalidades de cinza (AUGUSTO; TOUTAIN, 2016, p. 140).

A fotografia em p&b apresenta-se, então, como uma escolha discursiva, que realça as variações da luz, os volumes, as fragmentações do espaço. Ela mobiliza, portanto, a sensação da espacialidade e da propriocepção.

Partimos da noção de que o sistema da linguagem tem dois planos: o da expressão (em que se manifestam as qualidades sensíveis e suas variações) e o plano do conteúdo, no quais estão presentes a significação e variações culturais (FLOCH, 2001). Tal entendimento está localizado na semiótica discursiva sistematizada por Greimas, o que nos aponta que

não há determinações *a priori* na significação e que, mesmo com alta semelhança com a realidade, não podemos garantir sentidos predefinidos.

A semiótica tem como objeto de estudo a relação de pressuposição recíproca (porque não há expressão só a expressão se houver conteúdo, e não há conteúdo se não houver expressão) entre as duas formas, pois são elas que produzem essas diferenças sem as quais não haveria sentido. Toda linguagem está constituída, então, por dois planos analisáveis (FLOCH, 2001, p.12).

A construção desse sentido, que se concebe a partir dos dois planos (o da expressão e o do conteúdo), passa pela conjugação das diferentes virtualidades que se atualizam para a formação do objeto semiótico. A título de exemplificação e ilustração, tomemos a Figura 2 como nosso objeto semiótico: cada um dos constituintes (cor, enquadramento, profundidade de campo, composição, meio de veiculação) são materializações de tais virtualidades. Dada a impossibilidade de sentidos prévios e de uma leitura da cor destacada dos demais elementos constituintes, podemos dizer que mesmo que a fotografia em p&b, sendo ela uma escolha discursiva, dê mais ênfase às nuances de luz e sombra e, por isso, possa evidenciar as próprias expressões de um rosto, ela ainda não é, em si, mais expressiva. O p&b não é o único constituinte que implica sentido no olhar do observador de uma fotografia, pois não é possível dissociar o plano da expressão do plano do conteúdo.

ESTÉTICA E EXPERIÊNCIA AURÁTICA

Antes de entrarmos efetivamente na discussão sobre experiência aurática, precisamos posicioná-la dentro da comunicação, a partir da estética. O termo estética vem da palavra grega, *aisthethiké*, e significa aquele que nota, que percebe. Ademais, o termo também se refere a um conceito filosófico desenvolvido por Immanuel Kant no século XVII, sobre o afeto no sentido de afecção, a partir de um gesto fenomenológico.

Estética do ponto de vista epistemológico (CAETANO, 2013), da ordem do sensível, é a dimensão a partir da qual são provocadas as sensações (ligadas aos órgãos sensoriais) e por meio da qual sentimos os estados patêmicos (ou passionais). A estética sendo relacional aciona, simultaneamente, as dimensões intelectual (ou racional) e sensível — que também é um tipo de apreensão do mundo.

Duarte (2003) argumenta que a comunicação pode ser entendida como um processo de tornar comum, a partir do ato de compartilhar uma virtualidade que se atualiza em uma relação; portanto, ele considera a comunicação como contextual e relacional.

Ao considerar a dimensão sensível na nossa apreensão do mundo, bem como seu caráter relacional e compartilhado, podemos compreender que a estética é uma condição inerente ao comunicacional e, como corolário desta, a comunicação é estética por essência (CAETANO, 2013); é o caminho, por assim dizer, pelo qual vinculam-se (pessoas e objetos) pelo sensível, o que possibilita o encontro em um comum. Nessa esteira, a estesia seria uma qualidade que diz respeito à apreensão por meio das sensações, e não apenas à

interpretação, ainda que nosso conhecimento cognitivo do mundo interfira no modo com essa coisa nos afeta.

A experiência estética seria então uma ocorrência “sem objecto e sem ser por este determinado – ganha uma amplitude que o torna capaz de acontecer a propósito de qualquer objecto ou de qualquer representação, seja ela de ordem sensitiva, intelectual ou moral” (SANTOS, 2010, p. 45). As qualidades do objeto estariam mais no fazer perceber, ou fazer experimentar, do que na sua representação. Segundo a ótica kantiana, a experiência estética seria um fenômeno no qual, na experimentação do mundo por meio da dimensão sensível, houvesse uma suspensão dos juízos; para tanto, é comum retomar as experiências estéticas do belo e do sublime.

A experiência “do belo da natureza é a gratificante experiência da harmonia das faculdades (imaginação e entendimento)” (SANTOS, 2010, p. 46), enquanto a do sublime nos coloca frente a manifestações da natureza, de modo que ela parece estar “entregue à mercê de forças caóticas, descontroladas e destruidoras, que não só ofendem a nossa sensibilidade como são mesmo irredutíveis à apreensão pelas nossas capacidades.” (SANTOS, 2010, p. 46).

Já Gumbrecht (2010, 2015) discute a experiência estética no cotidiano, visando compreender de que forma as situações comuns tem tal potencial, buscando especialmente aquilo que, em sendo excepcional, interrompe o fluxo e demanda a desaceleração. Para tanto, exemplifica a noção de experiência estética por meio do efeito de presença, a partir do que seria possível um encontro com as coisas do mundo para além da linguagem.

[...] as coisas do mundo, seja qual for o modo do nosso encontro com elas, possuem uma dimensão de presença. Isso acontece, apesar de a nossa atenção, cotidiana e acadêmica, se centrar na interpretação e no sentido – e mesmo apesar de quase sempre ignorarmos a dimensão da presença em nossa cultura. (GUMBRECHT, 2010, p. 9)

O efeito de presença afeta por meio do sentido sentido, seja ele por meio da presença de um objeto ou sujeito ou, ainda, por virtualidades atualizadas em memórias. Partindo da condição de que há uma “incapacidade da linguagem se referir às coisas do mundo” (GUMBRECHT, 2010, p. 21), o sentido que é sentido não é possível de ser interpretado pela linguagem; complementa explicitando que sempre vivemos uma relação espacial com as coisas. Tendo debatido sobre a dimensão sensível, como ela contribui na experiência estética e, mais especificamente, na relação espacial proposta por Gumbrecht, podemos, então, falar sobre a experiência aurática.

Walter Benjamin (1994) lança uma perspectiva de aura especialmente focada na fotografia, e não na oposição entre a obra de arte e a sua reprodução. Nesse texto, o autor reconhece uma aura que cabe à imagem fotográfica — e, para tanto, traz os retratos para o debate — apresenta a relevância da pessoa presente em um retrato pintado que, passados alguns anos, se esvai, restando apenas o caráter artístico; porém, na fotografia, algo se

mantém vivo e presente, mesmo com o passar do tempo.

A técnica mais exata pode dar às suas criações um valor mágico que um quadro nunca mais terá para nós [...] a fotografia revela nesse material os aspectos fisionômicos, mundos de imagens habitando as coisas mais minúsculas, suficientemente ocultas e significativas para encontrarem um refúgio nos sonhos diurnos, e que agora, tornando-se grandes e formuláveis, mostram que a diferença entre técnica e magia é uma variável totalmente histórica (BENJAMIN, 1994, p. 94-95).

A aura da obra de arte, para Walter Benjamin (2014), era entendida como a capacidade de uma aparição única de uma coisa em um tempo-espaço distantes, por mais próxima que ela estivesse. A evidenciar a aura própria da fotografia, o autor destaca a capacidade de captar algo único por sua própria técnica, algo que não existe naturalmente na óptica, como, por exemplo, as cenas em preto e branco.

Para Benjamin (1994), o valor de culto da fotografia estaria justamente no sentido de relacionar-se, como presença, com o olhar do olhante. Didi-Huberman (2010), de forma semelhante, defende a ideia de que há um retorno do olhar. Nosso olhar é trabalhado pelo tempo e o modo como olhamos para um determinado objeto ou pessoa é construído pelo nosso próprio momento histórico e pelo próprio objeto olhado; ou seja, o objeto olha de volta, em um movimento duplo, diz o autor.

Ainda que não nomeada como tal por Benjamin, nem por Didi-Huberman, a experiência aurática é um tipo de experiência estética — ou seja, a partir do sensível — e, portanto, que acontece em uma relação com a aura da fotografia. A fotografia, do ponto de vista da comunicação interacional e, conseqüentemente, relacional, ocorre pela vinculação em um movimento dinâmico do olhado que olha o olhante.

O potencial de experiência aurática proporcionada pela fotografia p&b atua a partir da dialética da distância, por meio da qual, ao mesmo tempo em que algo está distante, também está próximo. Assim, é possível perceber que vivemos, através de várias obras e fotografias, uma experiência aurática de dupla distância. Não por mera coincidência, a experiência estética está situada em um ponto nem muito próximo — porque tão perto não consigo separar de mim —, nem muito distante — a ponto de não se ver —, mas na oscilação entre distância e proximidade.

O modo como o olhar experimenta a espacialidade e a propriocepção, a partir do jogo de luz e sombra é, também, uma manifestação do efeito de presença. O aprofundamento do espaço é a base para o potencial de suspensão do espaço-tempo e a suspensão provocada pelo movimento de proximidade e distância é onde localiza-se o potencial de experiência aurática.

POTENCIALIDADES DA EXPERIÊNCIA AURÁTICA NO FOTOJORNALISMO

Neste tópico, pretende-se explorar o *corpus* selecionado, tendo como abordagem

das imagens, as discussões que fizemos sobre os conceitos de fotografia em p&b (FLUSSER, 2018; AUGUSTO; TOUTAIN, 2016; HEDGECOE, 2013), experiência estética (CAETANO, 2013; SANTOS, 2010) e efeitos de sentido e de presença (GUMBRECHT, 2010), ao discutir, especialmente, os potenciais de experiência aurática. Cada imagem vai ser tomada pelos elementos que constituem sua figuração, além de breve histórico de contexto de produção, pauta e temática fotográfica. As três imagens foram selecionadas tendo em vista a representatividade da experiência com o espaço (dentro o universo dos finalistas do *World Press Photo*) e tem como ponto comum o(s) Outro(s) enunciados pelas sombras.

A fotografia da Figura 1 foi feita por Romain Laurendeau, um fotógrafo francês que documentou os movimentos populares — alavancados pela mobilização de jovens que lutavam por direitos civis na Argélia. Esta imagem faz parte de um grupo de fotografias da categoria *Long-Term Projects* que venceu o WPP como *World Press Story of The Year* em 2020, e mostra uma série de cenas da organização e interação dos jovens, bem como imagens dos protestos — os maiores vistos em décadas no país. A fotografia traz uma garota que cobre o corpo com uma bandeira da Argélia em uma das marchas que ocorriam regularmente às sextas-feiras, em Argel, capital do país.



Figura 1 – Kho, the Genesis of a Revolt
Romain Laurendeau, 26 de abril de 2019³.

Tomada em ângulo *plongée*, a foto mostra a sombra de um grupo de manifestantes, provavelmente atrás do fotógrafo, ou ainda, entre fotógrafo e garota — que denuncia a possibilidade da sombra do próprio fotógrafo estar na foto. As sombras das pessoas enfileiradas formam um semicírculo que quase une os cantos superiores do frame. Há pessoas na cena que são enunciadas por meio das suas sombras, ou seja, a forma de figuração da pessoa é uma sombra em si, o que também ocorre nas Figuras 2 e 3.

³ Disponível em: <http://worldpressphoto.org/collection/photo/2020/39634/1/Romain-Laurendeau>.

Em um jogo de luz e sombra, muito bem marcados e elaborados, o olhar é colocado em um lugar de espectador, seja pela composição, mas especialmente pelo ângulo de tomada de cima para baixo. Nesse papel de espectador percebemos um fundo muito bem composto por uma série de linhas horizontais que cortam a cena — fruto dos volumes dos degraus e pelo padrão de azulejos do chão que é minimizado pelo p&b, fazendo saltar ainda mais as nuances da luz (BOROSKI, 2020; CAETANO, 2005).

Percebemos também uma evidente expressão daquilo que falam Augusto e Toutain (2016) e Hedgecoe (2013), e que também é defendido por alguns fotógrafos e fotojornalistas sobre o isso do p&b: ainda que não tenhamos comparativo da mesma imagem em cor, é possível analisar que, em estando centralizada como está, a garota, em uma fotografia colorida, seria lida de forma mais individual (e, talvez, com efeito de sentido nacionalista), pelas cores da bandeira (o branco, o verde e a lua com a estrela em vermelho) que possivelmente parasitariam o olhar. Ainda que haja possibilidade (ou, talvez, necessidade) de fazer uma complementação cromática na percepção visual, como aponta Silveira (2005), o senso de união e a coesão popular seriam interpretantes mais ágeis, como afirmam Augusto e Toutain (2016), nessa fotografia em p&b.

Já a Figura 2 compõe uma série de imagens das irmãs Hannah e Alena, que vivem em uma aldeia de bioenergia em Waldviertel, uma área rural da Áustria perto da fronteira tcheca. A fotógrafa tem documentado a vida das irmãs desde 2012 e, nessa série, finalista na categoria *Long-Term Projects* (recebendo o 1º lugar em 2018), há imagens produzidas até 2017. A fotógrafa, ao longo dos seis anos, passou algumas semanas com as irmãs (geralmente durante o verão). As fotos dessa série têm cenas ao ar livre, de banhos de rio, piscina e mangueira e muito jogos pela casa; além de fotos em que aparecem outras crianças, amigas das irmãs, em uma exemplar expressão de ocupação dos espaços.



Figura 2 – Ich Bin Waldviertel
Carla Kogelman, 01 de maio de 2013⁴.

⁴ Disponível em: [http://worldpressphoto.org/collection/photo/2018/28840/1/2018-Francesco-Pistilli-GNS-BJ-\(1\)](http://worldpressphoto.org/collection/photo/2018/28840/1/2018-Francesco-Pistilli-GNS-BJ-(1)).

Especialmente nesta imagem que destacamos para esse artigo, as duas irmãs aparecem brincando, uma em um balanço e a outra é mostrada apenas pelas suas pernas; a que está no balanço foi enquadrada exatamente na faixa de luz mais central, nas extremidades da foto é onde concentram-se com mais ênfase as partes escuras; há um feixe de luz mais difuso que marca com luz, também, as pernas.

A estratégia do enquadramento acaba revelando uma experiência com o espaço por meio do diferente; as irmãs ocupam lugares distintos, tem figurações icônicas (pernas) e indiciais (sombras), estão contundentemente em relação pela composição transversal diametralmente oposta — uma marcação tradicional que se configura por meio de opostos que mantém relação. Há também uma relação de complementariedade entre os cortes das pernas: onde acaba o corte das pernas da sombra de uma das irmãs inicia-se o corte das pernas da outra.

A alteridade parece ser representada de forma dinâmica, figurativamente e na narrativa sobre o vínculo e interação entre irmãs. A dicotomia está em haver um corpo presente e uma sombra presente, que não é desse corpo primeiro. A experiência do espaço revela-se tanto pelo p&b, pelo qual acessamos o volume da cena, quanto pelo enquadramento, já que é o *plongée* o que dá a ver a cena projetada no chão. A cor da pele da perna de uma das irmãs, no canto superior direito, tal como a da bandeira, na Figura 1, seguramente, chamaria atenção de modo a se afastar um pouco mais do caráter simbólico e dessa leitura mais global.

Em ambas as fotos há também uma dicotomia da companhia, do acompanhar. Na primeira (Figura 1), o grupo de pessoas acompanha a garota enquanto movimento social, popular; dotada de evidente protagonismo — pelo registro icônico, centralizado, pela cena que flagra uma ação de marcha degraus acima, pelo uso da bandeira como vestimenta — não pode ser lida de forma autônoma ao restante, que a acompanha de fato. O p&b, diz Augusto e Toutain (2016), tem uma vocação de leitura mais global da imagem, muito pelo caráter simbólico. O senso de união, de companhia, de coesão social do movimento, são interpretantes evidentemente implicados.

Do ponto de vista conceitual, tal como discutimos a partir de Flusser (2018), em sendo em p&b há mais sentidos possíveis de serem reconhecidos sobre o conceito de luta popular, em conjunto, por meio da noção de apoio; a composição tem estratégias visuais que rememoram outras cenas de lutas, levantes e insurgências. Já vimos, portanto, na história do olhar, cenas como a da Figura 1, e a estratégia dessa rememoração é a de atualização por meio dessa imagem e a partir da própria condição de novidade do fotojornalismo.

Já na Figura 2, o posicionamento na cena acaba por remeter aos posicionamentos de crianças frente a brincadeiras, a troca — seja em um balanço, em que uma aguarda a outra para trocar de lugar —, sejam dois balanços, cada uma no seu, ambas em movimento.

A companhia, aqui, parece estar ligada à noção de lúdico, de troca e, ou ainda, de jogo — no sentido da incerteza a partir de uma troca.

Tomada com um drone, a Figura 3, compõe uma série chamada *Blue sky days* e recebeu o 2º lugar, na categoria *Contemporary Issues*, em 2015. A pauta de Tomas van Houtryve refere-se a um contexto de disputa bélica dos EUA contra o Afeganistão e o Iraque no qual instaurou-se a chamada guerra dos drones — estratégia fundamental do governo Obama. Os veículos aéreos não tripulados (UAVs ou drones) estavam sendo utilizados pelos EUA para coletar informações e realizar ataques aéreos (que resultaram em um grande número de mortes, incluindo civis) no Paquistão, Iêmen e Somália — locais para onde poderiam ir afegãos e iraquianos procurados. Supostamente, cenas semelhantes às retratadas pelo fotógrafo eram mencionadas em relatórios de estado.



Figura 3 – *Blue Sky Days*

Tomas van Houtryve, 10 de novembro de 2013⁵.

Entretanto, a foto foi feita em um pátio, na Filadélfia, onde pessoas exercitavam-se. O fotógrafo percorreu os EUA buscando por imagens semelhantes às cenas dos relatórios, registrando, por exemplo, casamentos, cemitérios e escolas. Tais cenas guardam determinada semelhança visual às que dizem justificar os ataques — o que era utilizado como evidência da existência de um campo de treinamento. A semelhança poderia ser percebida tanto na presença dos corpos como no que aparece nas sombras, a partir da luz lateral que as projeta no chão.

Figurativamente, há uma ocupação dos espaços pelas sombras, o que produz condições de significação de mais pessoas e em mais cenas: os corpos em pé, dada a tomada do tipo *flat lay* (de cima para baixo e próximo aos 90º) aparecem pouco, como se fossem representações em uma planta baixa; já os corpos das sombras, os corpos deitados, parecem em viver uma outra cena, simulando uma luta, em posições de ataque,

⁵ Disponível em: <https://www.worldpressphoto.org/collection/photo/2015/29525/1/2015-Tomas-van-Houtryve-CIS2-AJ>.

com socos e giros de tronco.

As formas, evidenciadas pelo p&b, formam um fundo de quadrados maiores, formados por quadrados menores. Se em cor, as cores parasitariam o olhar e tais linhas e padrões (como as formas dos corpos, o círculo formado pelas pessoas lado a lado, bem como a 11ª pessoa na lateral, separada dos que foram o círculo, o chão, as linhas dos degraus, o semicírculo da estrutura arquitetônica no canto superior direito) não se fariam tão evidentes (HEDGECOE, 2013). A experiência do espaço, tal como na Figura 2, parece ocorrer por meio de um duplo (as sombras) e a partir de uma relação de alteridade; mesmo que sejam as sombras das próprias pessoas, a tomada faz com que haja duas cenas distintas. Evidentemente, tal jogo de luz e sombra, reforça o caráter simbólico e conceitual, descritos em Augusto e Toutain (2016) e Flusser (2018). A escolha discursiva pelo p&b, transcodifica o compromisso mimético com a realidade; descompromissada, alcança outras cenas (e outras condições de significação); realiza-se a partir do caráter mais conceitual e apresenta-se de forma mais simbólica.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A maior evidência de formas, texturas, padrões, bem como das nuances da luz (do claro e do escuro) são algumas das características técnicas as quais são impassíveis de serem desconsideradas na leitura e percepção de uma fotografia em p&b. Ainda assim, sendo uma linguagem visual, a leitura dos constituintes é feita por completo, ou seja, não se pode ler apenas a cor, ou as pessoas, ou as formas, ou os contrastes — ainda que determinados constituintes possam ser empregados de forma destacada, estrategicamente ou ao acaso.

Tendo isso como premissa, o objetivo desse artigo foi o de discutir a partir de quais formas a fotografia em preto e branco (p&b) tem potencial de proporcionar experiência aurática. Percebemos que a percepção visual do espaço por meio de sombras demarcadas é fundamental para a experimentação espacial, seja pelas dimensões cognitiva ou estética. Para além da representação, o que, certamente, nas fotografias em p&b é tomada considerando a não existência de cenas em preto e branco no mundo, tais imagens afetam e, portanto, produzem um sentido sentido. A qualidade dos objetos afetarem está para além de sua representação (SANTOS, 2010) — o que chama atenção para o potencial estético das fotografias em p&b.

Ainda que o efeito de presença a partir do sentido sentido não caiba nas expressões da linguagem (GUMBRECHT, 2010), ele atua, sem dúvidas, compondo situações com potencial de experiência estética, as quais não independem do objeto, mesmo não sendo determinadas por ele.

Para esse artigo, não adentramos em discussões temáticas — sobre modos de figuração e as discursividades que mostram tais temas, ainda que seja tangenciado em

algumas das discussões feitas; muito menos, utilizamos dos temas como estratégia metodológica para construção do corpus. Tal discussão parece bastante profícua e compõe nossos horizontes de pesquisas futuras.

Tal corpus aqui apresentado, ainda que pouco numeroso é representativo sobre o sentido sentido, ao revelarem-se os espaços por meio do p&b. Eles estimulam o movimento do olhar do olhante e do objeto fotográfico que retorna o olhar, desde uma perspectiva mais filosófica, como em Didi-Huberman (2010) e Benjamin (1994), como em um sentido de leitura a partir da afecção e transcodificação do visual para o tátil, um processo sinestésico, já que pelo olhar (visão) experimentamos o espaço (tato).

Se Benjamin (1994, 2014) e Didi-Huberman falam sobre distância e proximidade, acredita-se em um possível paralelo: o caráter dinâmico da espacialidade na distância, imbricado com a experiência com o tempo, pode ser justamente onde se localiza o potencial de experiência aurática — nessas experiências de espaço e propriocepção e a partir dos efeitos de presença que tais imagens tem vocação para produzir.

REFERÊNCIAS

AUGUSTO, Gilucci; TOUTAIN, Lídia Brandão. A semiótica da imagem fotográfica digital em preto e branco. **Ponto de Acesso**, Salvador, v. 10, n. 3, p. 136-146, 2016.

BARTHES, Roland. **A câmara clara**: Nota sobre a fotografia. Rio de Janeiro: Edições 70, 2017.

BENJAMIN, Walter. Pequena história da fotografia. *In*: BENJAMIN, Walter. **Magia e técnica, arte e política**: ensaios sobre literatura e história da cultura. 7. ed. São Paulo: Brasiliense, 1994. p. 91-107. (Obras Escolhidas, v.1).

BENJAMIN, Walter. **A obra de arte na época de sua reprodutibilidade técnica**. Porto Alegre: Zouk Editora, 2014.

BOROSKI, Marcia. **Fotojornalismo**: técnicas e linguagens. Curitiba: Intersaberes, 2020.

CAETANO, Kati. Bavar: impressões fotográficas. **Galáxia**, São Paulo, n. 9, 2005.

CAETANO, Kati. Vocações da fotografia de imprensa: história, técnica e efeitos de sentido. *In*: BOLAÑO, César; GOLIN, Cida; BRITTOS, Valérios (org.). **Economia da arte e da cultura**. São Paulo: Itaú Cultural; São Leopoldo: Cepos/Unisinos; Porto Alegre: PPGCOM/UFRGS; São Cristóvão: Obscom/UFS, 2010.

CAETANO, Kati. Estética da comunicação, estética das mídias, modos de fazer sentido no mundo. *In*: OLIVEIRA, Ana Claudia de. **As interações sensíveis** - ensaios de sociosemiótica a partir da obra de Eric Landowski. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2013.

DIDI-HUBERMAN. A dupla distância. *In*: DIDI-HUBERMAN. **O que vemos, o que nos olha**. São Paulo: Editora 34, 2010.

DUARTE, Eduardo. Por uma epistemologia da comunicação. *In*: LOPES, Maria Immacolata (org.). **Epistemologia da comunicação**. São Paulo: Loyola, 2003.

GUMBRECHT, Hans Ulrich. **Nosso amplo presente**: o tempo e a cultura contemporânea. São Paulo: UNESP, 2015.

GUMBRECHT, Hans Ulrich. **Produção de presença**: o que o sentido não pode transmitir. Rio de Janeiro: Contraponto/ PUC-RIO, 2010.

FLOCH, Jean-Marie. Alguns conceitos fundamentais em semiótica geral. *In*: **Documentos de Estudos do Centro de Pesquisas Sociossemióticas** – 1. São Paulo: Centro de Pesquisas Sociossemióticas, 2001.

HEDGECOE, J. **O novo manual de fotografia**. 4. ed. São Paulo: Senac, 2013.

SANTOS, Leonel Ribeiro dos. A concepção kantiana da experiência estética: novidades, tensões e equilíbrio. *In*: **Trans/formação**, Marília, v. 33, n.2, p.35-76, 2010.

SILVEIRA, Luciana Martha. A cor na fotografia em preto-e-branco como uma flagrante manifestação cultural. **Revista Tecnologia e Sociedade**, v.1, n. 1, Curitiba, 2005.

SILVEIRA, Luciana Martha. **Introdução à teoria da cor**. 2. ed. Curitiba: UTFPR, 2015.

O LEITOR MANDA NOTÍCIA (POR WHATSAPP): A INTERATIVIDADE NO NOVO NEWSMAKING DO DIÁRIO GAÚCHO

Data de aceite: 04/07/2022

Beatriz Dornelles

Professora titular do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul. Pós-doutora em Comunicação pela Universidade Fernando Pessoa (Portugal). Doutora em Comunicação pela Universidade de São Paulo

Patrícia Specht

Doutora em Comunicação pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul

RESUMO: Esse artigo tem como objetivo analisar aspectos da nova lógica produtiva da notícia, com foco nas relações entre a redação e os leitores, em um contexto comunicacional marcado pelo empoderamento do usuário, que produz e faz circular conteúdo por meio de modernos aparatos tecnológicos, a maioria móvel. A análise da rede de colaboradores/informantes montada pelo jornal Diário Gaúcho a partir do aplicativo de troca de mensagens WhatsApp permite identificar rotinas alteradas pelo novo ecossistema midiático, revelando um *newsmaking* em construção. Entre as conclusões, verificamos que a experiência interativa do DG aponta para um caminho de engajamento produtivo com o leitor.

PALAVRAS-CHAVE: Comunicação Social; *Diário Gaúcho*; WhatsApp; interação; leitor.

ABSTRACT This article aims to analyze aspects of the new productive logic of news, focusing on

the relationship between writers and readers in a communicational context marked by the user empowerment, which produces and circulates content through modern technological devices, mostly mobile. The analysis of the network of collaborators/informants assembled by the newspaper DiárioGaúcho from the WhatsApp messaging application identifies routines altered by the new media ecosystem, revealing a *newsmaking* under construction. Among the conclusions, we find that the interactive experience of DG points to a productive engagement path to the reader.

KEYWORDS: Social Communication; *DiárioGaúcho*; WhatsApp; interaction; reader.

INTRODUÇÃO

Ancorado na lógica da sociedade em rede (Castells, 2002), que produz novas formas de organização social, o ambiente comunicacional da contemporaneidade está sendo redesenhado, tendo como base tecnológica a internet, “dada a sua capacidade para distribuir o poder da informação por todos os âmbitos da atividade humana” (Castells, 2004: 15). A comunicação em rede e os modernos dispositivos digitais de comunicação possibilitam, pela primeira vez na história, uma comunicação instantânea e global, de muitos para muitos, no tempo escolhido.

Neste cenário de intensos e instáveis fluxos, o público ou receptor, outrora passivo diante da emissão vertical dos conteúdos gerados pelos veículos de comunicação de

massa, agora possui uma ferramenta para exercer seu desejo e necessidade de conectar-se, emitir opiniões e compartilhar mensagens, sentimentos e causas (Shirky, 2011). E o faz de lugares diversos, produzindo e disseminando conteúdos, tanto de fatos banais do cotidiano quanto de indignações que se tornam coletivas e mobilizam multidões, como no caso dos protestos recentes no Egito, dos movimentos *Occupy*, nos Estados Unidos, e das manifestações de 2014 em capitais brasileiras. “Os movimentos espalharam-se por contágio num mundo ligado pela internet sem fio e caracterizado pela difusão rápida, viral, de imagens e ideias”(Castells, 2013: 12).

Outra mudança de paradigma imposta pelo novo ambiente comunicacional diz respeito à apropriação do público dos conteúdos midiáticos produzidos pelos veículos tradicionais. Ao fazê-los circular, via sites de redes sociais, entre amigos, colegas de trabalho e familiares, os conteúdos sofrem uma resignificação, resultado do que Jenkins, Green e Ford (2014: 47) chamam de propagabilidade: “Nesse novo modelo, o público tem um papel ativo na ‘propagação’ de conteúdos [...]: suas escolhas, seus investimentos, seus interesses e propósitos, assim como suas ações, determinam o que ganha valor”.

Os veículos midiáticos de massa, portanto, perdem o monopólio sobre a produção e a circulação de notícias, fazendo com que os processos de construção de notícia com pouca ou insuficiente participação da audiência passem a ser revistos. Apesar de a tradição deste modelo, operada por mais de um século, não ser facilmente modificada, há um visível movimento de adaptação em curso. “Todos nós estamos passando pela desorientação que nasce da inclusão de 2 bilhões de novos participantes num panorama de mídia antes operado por um pequeno grupo de profissionais” (Shirky, 2011: 164).

Essa adaptação faz com que as empresas empreendam esforços no sentido de inserir-se de forma organizada no novo ecossistema, e que tentem estabelecer relações produtivas com leitores e fontes, o que acaba por definir um *newsmaking*, ou seja, novas rotinas produtivas passam a operar na indústria dos *mass media*, impactadas pelas novas tecnologias de comunicação. O *newsmaking*, vale lembrar, nas palavras de Wolf (1999: 188), é uma “abordagem que se articula, principalmente, dentro de dois limites: a cultura profissional dos jornalistas e a organização do trabalho e dos processos produtivos”. Os dois limites sofrem impactos diretos e viscerais diante da nova realidade. Tais constatações, no entanto, são válidas para jornais de grandes tiragens, com sede em municípios com alto poder econômico e grande contingente populacional. No Brasil, com todas as suas dificuldades econômicas e cultura não-participativa, quando se fala em “imprensa”, o modelo vertical de produção da notícia continua prevalecendo e, de maneira geral, poucas mudanças se observam na forma de produção da notícia¹ (Dornelles, 2015).

A partir da análise da rede de colaboradores/informantes montada pelo jornal Diário

1 Pesquisa financiada pelo CNPq, em torno de jornais do interior do estado do Rio Grande do Sul, no Brasil, com tiragens menores do que 30 mil exemplares, apresentada pela autora em congressos nacionais da área, já com análise concluída.

Gaúcho (DG), de Porto Alegre, no Rio Grande do Sul, Brasil, com o uso do aplicativo de troca de mensagens WhatsApp², o presente artigo se propõe a discutir alguns aspectos destas novas dinâmicas, em especial a inserção da redação na lógica instável de circulação/fluxo de conteúdo e o aproveitamento do material do usuário nas plataformas do jornal. A seguir, detalharemos o caso e abordaremos a metodologia utilizada.

DESCRIÇÃO DO CASO E METODOLOGIA

O jornal Diário Gaúcho (DG), objeto de análise do presente artigo, foi fundado em Porto Alegre, no Rio Grande do Sul (RS), em 17 de abril de 2000, e dirige-se principalmente aos públicos das classes B, C e D, em especial aos dois últimos. Sua circulação ocorre principalmente (cerca de 90% dos exemplares) na Região Metropolitana de Porto Alegre, onde se localiza sua redação. O DG, como é conhecido no estado, é o jornal popular da Rede Brasil Sul de Comunicação (RBS)³, importante grupo de comunicação multimídia do país. Com uma circulação de 149 mil exemplares em setembro de 2015, conforme o IVC⁴, o DG é o segundo jornal impresso com a maior tiragem do RS, perdendo apenas para o Jornal Zero Hora, do mesmo grupo de comunicação. Nacionalmente, o DG ocupa a oitava posição em número de exemplares impressos.

O portal de notícias do DG na internet entrou em operação em setembro de 2009 e apresentou, em 2015, o maior crescimento de audiência entre os *sites* noticiosos do Grupo RBS – sua audiência cresceu 73% entre janeiro e setembro de 2015 em comparação com o mesmo período do ano anterior⁵. A título de comparação, os *sites* noticiosos da RBS tiveram crescimento médio de 31% no mesmo período. As informações foram prestadas pelo editor-chefe do DG, o jornalista Carlos Etchichury, em entrevista⁶ realizada na redação do diário.

E foi justamente Etchichury o idealizador do projeto de interação com o leitor implantado no DG a partir da utilização do aplicativo de troca de mensagens WhatsApp. Assim que assumiu como editor-chefe do jornal, em setembro de 2014, Etchichury começou a montar no veículo um sistema inspirado no que faz o jornal carioca Extra desde 24 de junho de 2013. O Extra opera um cadastro de leitores via WhatsApp com cerca de 70 mil contatos, sendo que, até abril de 2014, havia publicado mais de 440 matérias provenientes de informações via aplicativo (Ferreira, Luz e Maciel, 2015). Para Etchichury, estreitar a relação com os leitores do DG e gerar interações era fundamental: “Nossa relação com o

2 Lançado em 2009, é um aplicativo de troca de mensagens disponível nas versões *mobile* e *web*.

3 O Grupo RBS, fundado por Maurício Sirotsky Sobrinho em agosto de 1957, em Porto Alegre, foi, durante décadas, a maior afiliada da Rede Globo no Brasil. O grupo contava, até março de 2016, com 18 emissoras de tevê que cobriam 789 municípios do Rio Grande do Sul e Santa Catarina, além de sete rádios e seis jornais. Em 7 de março de 2016, a RBS anunciou a venda das operações de televisão, rádio e jornal que atuavam sob a marca RBS em Santa Catarina.

4 Instituto Verificador de Comunicação.

5 Número de *pagewies* (número de vezes em que a página foi visualizada), entre janeiro e setembro de 2014: **63.372.637**. Em 2015, de janeiro a setembro, o número de *pagewies* foi de **109.413.622**.

6 Entrevista concedida à pesquisadora Patrícia Specht em 16 e 17 de outubro de 2015.

leitor era basicamente por telefone e isso, obviamente, tinha problemas e era insuficiente” (Etchichury, 2015).

O número do WhatsApp da redação passou, então, a ser publicado na capa, tanto do jornal impresso quanto do *site*, e os leitores foram estimulados a colaborar com o veículo, enviando informações que julgassem relevantes. Em outubro de 2015, com pouco mais de um ano de funcionamento, o sistema registrava 7.594 pessoas cadastradas, moradoras de 43 cidades da Região Metropolitana de Porto Alegre. Em março de 2016, o número de contatos cadastrados havia subido para 12 mil. No início, em 2014, um profissional lia e avaliava as mensagens da audiência a partir da tela do aparelho de telefone celular da redação. Pouco depois, isso mudou. A partir de 2015, um sistema armazena o conteúdo enviado pelo leitor e dois jornalistas, diariamente, das 8h às 21h, “filtram” o material e dão retorno aos usuários. Respondem 100% dos leitores, garante o editor-chefe, nem que seja com um “obrigado”. O “filtro” aplicado ao conteúdo será explicitado oportunamente, no decorrer deste artigo.

Para entender a lógica do sistema de interação do jornal Diário Gaúcho com os leitores, via WhatsApp, procedemos a navegações orientadas pelo *site* do jornal, bem como pela página do *facebook* do DG, durante o mês de outubro de 2015. O jornal impresso também foi visualizado para que se examinasse uma seção específica. Além disso, foram realizadas entrevistas com dois profissionais do jornal, o editor-chefe, Carlos Etchichury, e o editor do *site* do DG, o jornalista Thiago Sturmer.

O WHATSAPP NO JORNALISMO DO DG E AS NOVAS LÓGICAS DA NOTÍCIA

A partir da análise do sistema em operação no DG, a primeira constatação possível está ancorada em números. Levantamento feito pelo jornal, entre 1 de agosto e 30 de setembro de 2015, aponta que foram realizados, no período, 7.100 contatos entre os leitores e o DG via WhatsApp, uma média diária de 118 mensagens. No início, conforme já exposto anteriormente, um profissional recebia as mensagens do público. Ainda em 2015, passaram a ser dois, em horário mais estendido do que o inicial. Tudo isso porque o volume de contatos seguia crescendo. Podemos inferir, portanto, que o ambiente jornalístico, modificado pela tecnologia e facilidades de expressão que ela propicia, está sendo alterado a partir de uma cultura, recente, baseada em compartilhamento e participação, que se reflete no envio de mensagens de leitores. E que essa participação se dá por motivos que não são monetários, já que não há pagamento em troca das informações. A audiência seria movida por uma “motivação intrínseca”⁷, relacionada à visibilidade pessoal e social, solução de problemas pessoais ou o simples fato de fazer algo significativo, como observou Shirky (2011) em suas pesquisas. Nesta mesma linha, outros fatores podem ajudar a explicar a crescente participação do leitor do DG no envio de conteúdo via WhatsApp, conforme

⁷ “Motivações intrínsecas são aquelas nas quais a própria atividade é a recompensa” (Shirky, 2011: 68).

observam os jornalistas do DG. Um deles é o fato de que a redação está empenhada em não deixar ninguém sem resposta, conforme já dito. O outro é o aproveitamento do conteúdo do público em forma de notícia. Dados do levantamento já citado mostram que, nos meses de agosto e setembro de 2015, 590 imagens enviadas por leitores via WhatsApp foram publicadas pelo DG, no *site*, na página do *Facebook*⁸ do veículo ou, então, no jornal impresso. O editor-chefe provavelmente esteja certo, portanto, em relacionar a boa aceitação do projeto pela audiência ao fato de o jornal publicar parte do material oriundo dos leitores: “Passamos a receber mais fotos e a publicar muitas delas, o que qualificou muito nossa relação com o leitor”. Cria-se, portanto, um círculo virtuoso: o leitor envia conteúdo, em forma de texto, foto, vídeo e até áudio, vê o material ser aproveitado pela redação, sente-se valorizado e participa novamente, assim que possível. Essa dinâmica implantada pelo DG está longe de ser a regra. O mais comum é que veículos de massa, em especial os *sites* noticiosos, no afã de conquistar engajamento do público, criem espaços interativos e peçam a colaboração em forma de conteúdos e opiniões. Só que a maior parte desse conteúdo não é aproveitada na produção da notícia, mostram pesquisas sobre interatividade em diversas partes do mundo (Rost, 2014). Interatividade aqui entendida, a partir de Rost (2014: 53), como uma ponte entre o veículo e os leitores, instâncias de seleção, intervenção e participação sobre os conteúdos do meio. Reforça-se, neste sentido, a opinião de Canavilhas (2015: 219), em entrevista⁹, quanto ao fato de que, dos três pilares básicos do webjornalismo – a multimídia, a hipertextualidade e a interatividade – o último é o que se desenvolve de maneira mais lenta e frágil:

Poucos comentários feitos pelo consumidor são incorporados na notícia, ou seja, o leitor pouco interfere no resultado final. [...] No fundo, a interatividade se resume a um tipo específico de hipertextualidade, a apertar um *link* e ir parar em qualquer lugar, ou então a comentar uma notícia, só que isso não serve para nada, pois nem o jornalista responde e nem a informação dada é acrescentada à reportagem (Canavilhas, 2015: 219).

Também merece destaque no projeto interativo do DG a evidência de que, das 7.100 interações feitas nos dois meses (agosto e setembro de 2015), 930 renderam sugestões de pauta ou “notas prontas”. Por “notas prontas” entendem-se notas curtas que não exigem muito esforço de apuração da redação. Grande parte desse conteúdo é publicada nas seções “Pede-se Providência”, no jornal impresso, e “Seu Problema é Nosso”, no *site* do jornal. Um exemplo é a notícia “Comunidade de Alvorada ainda aguarda pavimentação de ruas” (Figura 1), publicada no *site* do DG em 16 de outubro de 2015. A partir da imagem enviada pelo leitor via WhatsApp, a redação ouviu moradores e a prefeitura para produzir a notícia.

8 A página do Diário Gaúcho no *Facebook* foi criada em 15 de outubro de 2013.

9 Entrevista realizada em julho de 2015, por *skype*, e publicada na Revista Famecos, da PUCRS, na edição de julho, agosto e setembro de 2015.



Figura 1: chamada da seção “Seu Problema é Nosso”, na capa do site do DG, com foto de leitor
Fonte:Diário Gaúcho (2015a)

Além do site e do jornal impresso, o DG utiliza a sua página do *Facebook* para publicar conteúdo do leitor, que chega cada vez mais instantaneamente. Em meados de outubro de 2015, por exemplo, época em que chuvas fortes e intensas assolavam o RS, o DG recebeu uma foto que mostrava a estação rodoviária de Porto Alegre, a capital do estado, completamente alagada. A foto do leitor foi publicada em um *post* no *Facebook* do DG (Figura 2), e a repercussão foi imediata, conforme o editor do *site* do DG, o jornalista Thiago Sturmer, em entrevista¹⁰: “Fomos os primeiros a dar a história, que chegou via WhatsApp, e o *post* foi visto por 125 mil pessoas e teve mais de 6 mil interações”.

¹⁰ Entrevista concedida à pesquisadora Patrícia Specht em 9 de outubro de 2015.



Figura 2: *post da página do Facebook do DG com foto do leitor.*

Fonte: Diário Gaúcho (2015b)

Essa vigilância ubíqua¹¹ protagonizada pela audiência, com uma profusão de observado- res portando instrumentos para registrar e disseminar as imagens da realidade, tem reflexo na diversidade de temas sugeridos pelos usuários do sistema interativo do DG, conforme atesta Sturmer: “Os leitores informam sobre buraco de rua, fazem denúncias, repassam in- formações policiais, vídeos engraçadinhos, querem tirar dúvidas sobre saúde e muito mais”. Além disso, repassam e distribuem conteúdo de outras fontes, principalmente de amigos e conhecidos dos *sites* de redes sociais. Foi o que aconteceu no caso das fotos do acidente envolvendo o jogador de futebol Ronaldinho Gaúcho, em Porto Alegre, em outubro de 2015, quando um leitor enviou ao WhatsApp do DG as imagens feitas por um amigo. Assim que chegaram à redação, as fotos chamaram a atenção e deflagraram um esforço de apuração, conforme relatou o editor Sturmer (2015): “Um repórter que estava num bairro próximo foi acionado, foi até o local e conseguiu localizar o autor das fotos para confirmar o fato”. O autor das fotos autorizou o uso das imagens e a matéria foi produzida e publicada no site do DG, em 2 de outubro de 2015 (Figuras3 e 4).

¹¹ Ubíqua como a possibilidade de estar e produzir conteúdo em vários lugares ao mesmo tempo.



Figura 3: notícia produzida a partir de fotos de leitor, publicada no *site* do DG.

Fonte: Diário Gaúcho (2015c)



Figura 4: foto de leitor na notícia publicada no *site* do DG.

Fonte: Diário Gaúcho (2015c)

O caso das fotos do acidente do jogador Ronaldinho é a comprovação de que a propagação de imagens e informações, a partir dos fluxos da internet, é instantânea e incontrolável. Neste sentido, é exemplar o relato do autor das fotos de Ronaldinho, segundo o editor Sturmer (2015): “O cara contou que mandou para duas pessoas, e que as fotos foram parar nos veículos do Rio de Janeiro em poucas horas”. De fato, o site do Extra e

o Globo Esporte já haviam divulgado as imagens quando elas chegaram ao WhatsApp do DG.

Para o editor-chefe Etchichury (2015), “É irrelevante quem manda a foto ou a informação. Interessa que o fato tenha ocorrido e que chegue até o jornal” (Etchichury, 2015). E, ao chegar ao jornal, o conteúdo passa por um filtro inicial exercido por dois profissionais que trabalham na redação, junto dos editores de áreas e do editor Sturmer. Estão próximos para facilitar conversas e consultas sobre os conteúdos enviados pela audiência. No caso de algo ser identificado imediatamente como uma informação de interesse do jornal, o leitor é informado de que o conteúdo será transformado em notícia. Parte do material é repassada ainda para avaliação dos editores de área via mensagem, com cópia para Sturmer. Quando isso ocorre, o leitor é informado de que o conteúdo será “encaminhado aos editores para avaliação” (Sturmer, 2015). A partir daí, o material pode ser ajustado e direcionado à publicação, como no caso de fotos de buracos de rua, ou então se transformar em uma pauta investigativa que poderá gerar uma reportagem mais aprofundada. Depende, obviamente, da natureza da informação. Conteúdos ofensivos ou agressivos, apesar de raros, são desconsiderados e eliminados.

Nesse cenário, com novas e diferentes demandas, com um público muito mais atuante, ganham importância outros tipos de fontes e informantes, o que não deixa de representar a pluralização de opiniões, ideias e conteúdos que caracterizam a cultura da sociedade em rede. É o que sinaliza o projeto interativo do DG, que já apresenta indícios concretos de estar sintonizado com as necessidades do público e com as novas demandas sociais.

CONCLUSÕES

É detectável o esforço de alguns veículos midiáticos tradicionais em rever parte das práticas de construção da notícia. Os objetivos ainda não são muito claros. O discurso, no momento, baseia-se no desejo de incorporar a linha editorial do jornal a um mundo mais dinâmico e plural, marcado por fluxos de conteúdos em rede, colocados em circulação especialmente pelo público.

O novo espaço público parece se constituir de fragmentadas esferas, onde ganha importância o conteúdo transmitido pela internet, em especial, pelos sites de redes sociais. É nesse ambiente que a *mass media* quer estar, convivendo com o seu público, entendendo suas demandas e fazendo-o parceiro. Por quê? De que forma esse novo comportamento garantirá a permanência dos veículos de comunicação no mercado econômico? Que interesses embasam essa nova postura frente ao público? Sem entrar na complexidade do tema, um dos motivos parece evidente: não há mais volta, ou seja, o poder de narrar os fatos do cotidiano não pertence mais exclusivamente à imprensa. Ela perdeu seus *status* na área da comunicação e passou a ter sua legitimidade questionada pelo público. Além

disso, assiste-se à falência de um modelo de negócios – que vigorou durante décadas, baseado na venda de notícias ao público e de espaços aos anunciantes.

Outro motivo pelo qual as empresas estão se movimentando para ajustar suas políticas editoriais é a inegável perda de prestígio de seus noticiários. Se a conquista de prestígio pela qualidade é difícil, ela pode ser alcançada (em parte, é claro) pela popularidade, e, nesse caso, a inclusão do público no processo de construção da notícia é fundamental.

A priori, parece ser esse o caminho do Diário Gaúcho. Ele assinala a disposição em atrair, manter e negociar com o seu leitor o que vai ser notícia ou não no jornal, no portal, no *Facebook*, a partir de suas demandas. Aliás, interessa pouco atrair o leitor para uma plataforma específica. Encontrar o leitor é o mais fácil, sabe-se onde ele está. Torná-lo fiel, fazê-lo entender que aquele veículo dá atenção às demandas populares e oferece ajuda de forma espontânea, é um pouco mais difícil. Também não é tarefa fácil motivar a colaboração do público de forma sistemática e gratuita.

Diante desse quadro, buscamos apresentar alguns indicativos de uma experiência que tem se mostrado positiva em termos de conquista de interatividade e participação. É importante frisar que são necessários mais estudos e observações sobre o público de jornais populares. Também merece ser aprofundado o impacto concreto das novas rotinas na atuação do jornalista, ou seja, que papel este profissional em experimentação exerce nas decisões e escolhas diante de um mundo de fontes infinitas e alta velocidade de fluxos informativos. Algo pode ser adiantado, a julgar pelo panorama traçado por este artigo: já não basta mais saber apurar, checar e produzir a notícia de forma responsável e ética. Outras tantas habilidades, como captar conteúdo de *sites* de redes sociais e interagir de forma produtiva com o público, deverão ser desenvolvidas e aprimoradas.

REFERÊNCIAS

Canavilhas, J. (2015). Entrevista com João Canavilhas. In: Specht, P. Provedores de internet e empresas de tecnologia, que também lucram com a notícia, deveriam ajudar a financiá-la. *Revista Famecos*, 22(3), 215-227.

Castells, M. (2002). *A sociedade em rede: A era da informação: economia, sociedade e cultura*. São Paulo: Paz e Terra.

Castells, M. (2004). *A galáxia internet: Reflexões sobre internet, negócios e sociedade*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.

Castells, M. (2013). *Redes de indignação e esperança: Movimentos sociais na era da internet*. Rio de Janeiro: Zahar.

Diário Gaúcho (2015a). *Comunidade de Alvorada ainda aguarda pavimentação de ruas*. Recuperado em 16 outubro, 2015 de <http://diariogauchoclicrbs.com.br/rs/dia-a-dia/noticia/2015/10/comunidade-de-alvorada-ainda-aguarda-pavimentacao-de-ruas-4879585.html>.

Diário Gaúcho (2015b). *Rodoviária de Porto Alegre alaga e acesso principal aos ônibus é interditado*. Recuperado em 11 outubro, 2015 de <https://www.facebook.com/diariogaucho>.

Diário Gaúcho (2015c). *Fotos mostram Ronaldinho Gaúcho envolvido em acidente de trânsito na Restinga*. Recuperado em 2 outubro, 2015 de <http://diariogaucho.clicrbs.com.br/rs/dia-a-dia/noticia/2015/10/fotos-mostram-ronaldinho-gaúcho-envolvido-em-acidente-de-transito-na-restinga-4861199.html>.

Dornelles, B. (2015, novembro) Situação dos jornais digitais de cidades do interior gaúcho. *Anais do Seminário Internacional da Comunicação. GT Estudos em Jornalismo*, Porto Alegre, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS), 13.

Etchichury, C. (2015, outubro). Entrevista por Patrícia Specht. Porto Alegre: Diário Gaúcho.

Ferreira, P., Luz, C. e Maciel, I. (2015). As redes sociais como fonte de informação: uso do Whatsapp como ferramenta de apuração da notícia. *Anais do Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Intercom*, Rio de Janeiro, Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), 38.

Jenkins, H., Ford, S. e Green, J. (2014). *Cultura da conexão: criando valor e significado por meio da mídia propagável*. São Paulo: Aleph.

Rost, A. (2014). Interatividade: Definições, estudos e tendências. In: Canavilhas, J. (Org). *Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença*(pp. 53-87). Covilhã: Livros LabCom.

Shirky, C. (2011). *A cultura da participação: Criatividade e generosidade no mundo conectado*. Rio de Janeiro: Zahar.

Sturmer, T. (2015, outubro). Entrevista por Patrícia Specht. Porto Alegre: Diário Gaúcho. Wolf, M. (1999). *Teorias das comunicações de massa*. Lisboa: Presença.

O CONTRIBUTO DOS MEDIA NA PROMOÇÃO DA CIDADANIA NA CIDADE NAMPULA

Data de aceite: 04/07/2022

Anifo Inusso Moniz Martinho

Universidade Lúrio
Nampula- Moçambique
<https://orcid.org/0000-0001-8333-2964>

RESUMO: Na actualidade os *media* desempenham um papel importante na sociedade visto que são a principal fonte de informação e constituem o elo de ligação entre o Estado e os cidadãos através da divulgação de acontecimentos de âmbito social, político, económico, cultural e recreativo. Por esta razão este trabalho tem como objectivo analisar o contributo dos *media* na promoção da cidadania na cidade de Nampula. Este trabalho fundamenta-se numa pesquisa qualitativa e quantitativa. Os resultados da pesquisa indicam que os *media* na cidade de Nampula contribuem na promoção da cidadania através da divulgação de informações que influenciam os cidadãos para a tomada de consciência sobre os seus direitos, deveres e obrigações como forma de participar activamente na vida da sociedade onde estão inseridos. As conclusões apontam que com a expansão e proliferação dos meios de comunicação social aumentou o sentido de cidadania dos habitantes da cidade de Nampula, visto que os *media* passaram a difundir com mais frequência informações relacionadas com a cidadania até mesmo na língua local.

PALAVRAS-CHAVE: Media, cidadania, democracia e direitos humanos.

ABSTRACT: At present the media play an important role in society as they are the main source of information and constitute the link between the State and citizens through the dissemination of social, political, economic, cultural and recreational events. For this reason, this work aims to analyze the contribution of the media in the promotion of citizenship in the Nampula city. This work is based on qualitative and quantitative research. The results of the survey indicate that the media in the Nampula city contribute to the promotion of citizenship by disseminating information that influences citizens to become aware of their rights, duties and obligations as a way to actively participate in the life of society where they are inserted. The conclusions show that with the expansion and proliferation of the media, the sense of citizenship of Nampula city inhabitants increased, as the media began to disseminate more frequently information related to citizenship even in the local language.

KEYWORDS: Media, citizenship, democracy and human rights.

1 | INTRODUÇÃO

Esta pesquisa foi realizada na cidade de Nampula, e teve como objecto de estudo os Meios de Comunicação Social que actuam ou disseminam informações nesta cidade. A razão da escolha deste tema relacionado com o contributo dos *media* na promoção da cidadania na cidade de Nampula, deve-se ao facto da lei de imprensa (Lei nº 18/91), criar e impulsionar

um clima favorável para o surgimento de vários órgãos de comunicação social (rádios, televisões e jornais) independentes do Estado.

Assim, torna-se pertinente analisar o contributo destes *media* na promoção da cidadania num país multipartidário e democrático. Sendo assim, o estudo torna-se pertinente na medida em que permite analisar até que ponto os órgãos de comunicação social influenciam para a educação e consciencialização dos cidadãos sobre os vários aspectos sociopolíticos que ocorrem no país, contribuindo assim para a criação de uma sociedade justa e equilibrada.

O presente artigo está estruturado em três partes, onde na primeira parte apresentamos o estado da arte, a segunda parte incide na metodologia usada para a realização do estudo, na terceira e última parte foca sobre o contributo dos *media* na promoção da cidadania na cidade de Nampula.

Os resultados da pesquisa indicam que os *media* na cidade de Nampula contribuem na promoção da cidadania através da divulgação de informações que influenciam os cidadãos para a tomada de consciência sobre os seus direitos, deveres e obrigações como forma de participar activamente na vida da sociedade onde estão inseridos.

As conclusões apontam que com a expansão e proliferação dos meios de comunicação social aumentou o sentido de cidadania dos habitantes da cidade de Nampula, visto que os *media* passaram a difundir com mais frequência informações relacionadas com a cidadania até mesmo na língua local

2 | ESTADO DA ARTE

Relativamente ao conceito de *media*, Sousa (2006) refere que este termo contém em si a noção de intermediário. De acordo com este autor, os *media* ou meios de comunicação social são dispositivos tecnológicos que suportam mensagens e permitem a sua difusão, ou seja, estes são intermediários entre um ou mais emissores e receptores. Assim, há vários meios de comunicação social: a rádio, a televisão e outros suportes audiovisuais, a imprensa (jornais, revistas, livros, cinema, fotografia, discos e similares), são alguns exemplos de *media*.

Guazina (2007) afirma que o termo *media* é utilizado no mesmo sentido de imprensa, grande imprensa, jornalismo, meio de comunicação e veículo de informação. Para este autor, às vezes o termo *média* é usado no plural mídias, num esquecimento deliberado ou não de sua origem latina, como plural de *medium* (meio). Portanto, a palavra *media* é mais utilizada nos estudos relacionados aos campos da comunicação e da política, que constituem temas multidisciplinares compartilhados por outros campos do conhecimento.

Para Melo (2005) o jornalismo impresso foi a primeira forma de expressão organizada da comunicação social. Seguidamente, com o processo de evolução industrial e electrónica produziu-se o radiojornalismo, o telejornalismo e o ciberjornalismo. De acordo

com este autor no início do séc. XIX, dominava a imprensa opinativa ou ideológica, ou seja, a imprensa de partido. Este tipo de jornalismo imperava em virtude do aumento crescente do nível de politização, e ao mesmo tempo da falta de matéria-prima para a produção de notícias factuais, para além do baixo índice de alfabetização da grande parte da sociedade.

No que tange ao conceito de cidadania, Mário (2012) defende que este é um conceito transversal a todo o discurso que pretenda exaltar o valor da participação activa dos membros de uma comunidade na sua vida política, económica, social e cultural, promovendo os seus interesses legítimos e defendendo as suas liberdades e direitos fundamentais, e protegendo-se de práticas abusivas ou arbitrárias do Estado. Para este autor a cidadania expressa um conjunto de direitos que dão à pessoa a possibilidade de participar activamente da vida e do governo do seu povo, o que significa que quem não tem cidadania está marginalizado ou excluído da vida social e da tomada de decisões, ficando numa posição de inferioridade dentro do grupo social.

Barbalet (1989) citado por Araújo (2008) refere que a cidadania é tão antiga como as comunidades sedentárias, definindo os indivíduos que pertencem ou não a uma sociedade comum. Assim, a cidadania pode ser descrita como participação numa comunidade ou qualidade de ser membro dela. Para Figueiredo (1999) citado por Araújo (2008) efectivamente a cidadania diz respeito à qualidade do cidadão, isto é do indivíduo pertencente a um Estado livre no gozo dos seus direitos civis e políticos, e sujeito a todas as obrigações inerentes a essa condição. Nesta perspectiva, considera-se a cidadania como um vínculo jurídico-político que traduzindo a relação entre um indivíduo e um Estado constitui perante esse Estado num conjunto de direitos e obrigações.

De acordo com Araújo (2008) a cidadania já estava patente na Grécia antiga onde teve a sua primeira expressão. O termo cidadão (habitante da cidade) traduz um conceito grego político habitante da *polis*, a cidade do Estado. Na Grécia, o político era adulto livre, pertencente a uma cidade-estado, participante activo nas actividades públicas, detentores de direitos e deveres. Nesta sociedade ficavam de fora as mulheres, os estrangeiros (metecos) e os escravos que não eram considerados cidadãos e consequentemente excluídos de exercer os direitos de cidadania.

Na visão de Prata (1990) citado por Araújo (2008) a concepção grega de cidadania fazia distinção entre cidadãos e súbditos, considerando-os desiguais e dando primazia ao cidadão-homem, reservando a este os direitos de cidadania como: participação na vida da cidade, a possibilidade de ser eleito para cargos públicos, entre outros. Num outro desenvolvimento, Araújo (2008) afirma que, o termo cidadania ressurgiu na transição para a modernidade após a revolução americana (1774 -1976), e a revolução francesa (1789). Portanto, a moderna concepção de cidadania liberal assenta na igualdade de todos os homens perante a lei. Esta concepção de cidadania remonta da revolução francesa de 1789 num contexto novo de democracia. Assim, as transformações sociais resultantes desta fase histórica permitiram a elaboração da Declaração Universal do Homem e do

Cidadão (DUHC), proclamada na assembleia nacional francesa em 26 de Agosto de 1789.

Neste âmbito, são identificados por Marschall três elementos que podem estar ou não presentes em qualquer constituição da cidadania, nomeadamente: direitos civis, direitos políticos e direitos sociais. O elemento civil da cidadania é constituído pelos direitos necessários à liberdade individual tais como: a liberdade da pessoa, a liberdade de expressão, pensamento e fé, o direito à propriedade e o direito à justiça. A instituição que lhe está associada mais directamente é a lei, ou seja, o sistema judicial. A parte política da cidadania consiste em participar no exercício do poder político. Historicamente a expansão da cidadania política foi marcada pelo desenvolvimento gradual do sufrágio universal e estes direitos políticos que foram institucionalizados no sistema político-parlamentar de partidos políticos que competem entre si, estando ligados à instituição parlamentar, as assembleias e órgãos do governo local (Araújo, 2008).

O elemento social da cidadania é constituído predominantemente pelo direito ao nível de vida e ao património social da sociedade. Estes direitos são significativamente realizados através dos serviços sociais e do sistema educativo. Os elementos sociais da cidadania são: o acesso aos benefícios de bem-estar social, os cuidados médicos, os programas de bem-estar que vão desde a educação à habitação condigna. Uma cidadania igual corresponderia a uma identidade cultural igual à dos habitantes dum determinado Estado (Araújo, 2008, p.81).

Para Castles (2000) citado em Araújo (2008), a cidadania pode ser vista também na dimensão cultural e de género. Na dimensão cultural esta manifesta-se através do direito de acesso à língua da sociedade maioritária, direito a preservar a língua e cultura das comunidades migrantes, direito a formas culturais específicas, direito à educação, direito à comunicação cultural e internacional. Na dimensão de género esta manifesta-se no direito específico das mulheres migrantes e valorização dos seus ideais.

Desta forma, torna-se pertinente abordar sobre os direitos humanos porque possuem forte relação com a cidadania. Segundo Benevides (s. d.) os direitos humanos são aqueles comuns a todos sem distinção alguma de etnia, nacionalidade, sexo, classe social, nível de instrução, religião, opinião política, orientação sexual ou de qualquer tipo de julgamento moral. Sendo assim, os direitos humanos decorrem do reconhecimento da dignidade intrínseca de todo o ser humano. E por estas e outras razões, os direitos humanos são considerados como sendo universais e naturais, e não precisam de estar legalmente explicitados para serem evocados.

Segundo Morreira e Gomes (2012) a aspiração de proteger a dignidade humana de todas as pessoas está no centro do conceito de direitos humanos. Este termo coloca a pessoa humana no centro da sua preocupação, e é baseado num sistema de valores universais e comuns dedicado a proteger a vida, fornecer o molde para a construção de um sistema de direitos humanos protegidos por normas e padrões internacionalmente aceites.

Cunha e Spieler (2009) referem que a elaboração da Declaração Universal dos

Direitos Humanos (DUDH) em 1948 significou um marco da consagração da universalidade dos direitos humanos uma vez que a DUDH, bem como o Pacto Internacional de Direitos Civil e Político (PIDCP), e o Pacto Internacional de Direitos Económicos, Sociais e Culturais (PIDESC) foram assinados no contexto da guerra fria, ou seja, de oposição política e ideológica entre os Estados Unidos da América (EUA) e a União das Repúblicas Socialistas Soviéticas (URSS).

Nesta mesma linha, os autores anteriormente citados afirmam que no decorrer da década de 90 ganha força o discurso de que os direitos humanos não são mais discursos de blocos, mas sim um tema que deveria compor a agenda global. Durante esse período desenvolveram-se grandes conferências com destaque para a Conferência de Viena de 1993, no qual consagrou-se o paradigma da universalidade, indivisibilidade e interdependência dos direitos humanos.

Para Benevides (s. d.) os direitos humanos e os direitos do cidadão não são sinónimos, porque a cidadania e direitos de cidadania decorrem de uma ordem jurídico-política de um Estado, no qual uma constituição estabelece os controlos sobre os poderes e define quem é cidadão, que direitos e deveres ele terá em razão de uma série de variáveis tais como idade, estado civil, condição de sanidade física e mental, facto de estar ou não em dívida com a justiça. Assim, do ponto de vista legal o conteúdo dos direitos do cidadão e a própria ideia de cidadania não são universais. Embora não sejam sinónimos, os direitos dos cidadãos podem coincidir com os direitos humanos que são os mais amplos e abrangentes.

Para além dos Direitos Humanos, a democracia é outro elemento que está fortemente relacionado com a cidadania. Do ponto de vista histórico-conceptual, Becker e Raveloson (2011), afirmam que a definição mais conhecida de democracia é governo do povo, pelo povo e para o povo. Traduzido de maneira simplista, é possível afirmar que na democracia o poder surge do povo, está a ser exercido pelo povo e no seu próprio interesse. De acordo com estes autores, os elementos chave dos Estados organizados democraticamente são: liberdades básicas, direitos básicos, eleições, pluralismo democrático, governação democrática e a existência de público e *media* livres.

Portanto, Becker e Raveloson (2011) referem que, o público é de importância decisiva para a democracia. A opinião pública é formada pelos cidadãos singulares ou por agrupamentos que reflectam sobre a sua colectividade. É deste modo, que os *media* (a televisão, a rádio, os jornais e a internet) têm um papel decisivo na democracia, pois as democracias não são mais caracterizadas pela comunicação directa mas antes através da comunicação dos *media*, e é por esta razão que os *media* são chamados de “*quarto poder*”, porque a par do poder judiciário, executivo e legislativo, os *media* representam provavelmente o mais importante instrumento de controlo do público nas sociedades democráticas.

Em relação a este assunto, Mazula (1995) citando Ricoeur, defende que uma das condições para a existência da democracia é o acesso à informação, pois um cidadão está

em condições de participar activamente na vida política e social em resultado da proporção do volume e qualidade das informações que possui, em função da possibilidade que tem de ter acesso às fontes de informação, bem como da possibilidade de aproveitamento dessas fontes de informação para a produção do conhecimento.

Chichava e Pohlmann (2010) citados por Brito et. al. (2010) referem que para além de informar e transmitir uma visão imparcial dos eventos é função da imprensa nos Estados organizados democraticamente fiscalizar a actuação governamental, velando pela boa gestão da coisa pública e oferecendo um contrapeso ao poder público o qual sem o devido controlo social pode ser abusado para fins privados e partidários.

Para Mário (2012), as três características importantes do papel dos *media* na democracia são: primeira é o escrutínio rigoroso da forma como os detentores do poder exercem o mandato que lhes foi atribuído em nome do povo e a exposição ao povo do resultado desse mesmo escrutínio; a segunda é a investigação e a exposição destemida de práticas criminais dentro da sociedade em geral, sobretudo do crime organizado, e a terceira coincide com a consequência directa da exposição daquelas condutas, que é provocar reacções de reprovação e de repulsa do povo, o que vai estimular a sua demanda por maior transparência nos actos governativos e por um melhor desempenho do Estado na sua função de garantir a segurança do povo.

Pompéo e Martini (2012) defendem que a comunicação social em sentido lato concretiza uma nova forma de participação popular, reforçando os ideais democráticos e configurando-se como verdadeira ferramenta de defesa dos direitos e garantias populares. Essa participação refere-se a uma espécie de democracia participativa servindo de substracto à democracia representativa. Assim, os *media* constituem os grandes palcos da cidadania e democracia, pois a saúde de uma democracia e do exercício da cidadania estão directamente vinculados à saúde dos *media*.

3 | METODOLOGIAS

Em relação ao tipo de pesquisa, importa salientar que este trabalho fundamenta-se numa pesquisa qualitativa e quantitativa, porque de acordo com Reichardt e Cook (1986) citados por Carmo e Ferreira (1998) um investigador para melhor resolver um problema de pesquisa não tem que aderir rigidamente a um dos dois paradigmas, podendo mesmo escolher uma combinação de atributos pertencentes a cada um deles. Segundo estes autores, o investigador também não é obrigado a optar pelo emprego exclusivo de métodos quantitativos ou qualitativos e no caso de a investigação assim o exigir, poderá mesmo combinar o emprego dos dois tipos de métodos.

Foi nesta perspectiva, que realizamos uma revisão bibliográfica de modo a fazer o enquadramento teórico do nosso estudo e um trabalho de campo de modo a obter e comprovar ou refutar a nossa questão de investigação. Aliado a isto, a componente empírica

é fundamental numa pesquisa, porque de acordo Marconi e Lakatos (2007) “o estudo de campo permite obter informações ou conhecimentos acerca de um problema para o qual se procura uma resposta, ou de uma hipótese que se queira comprovar, ou ainda descobrir novos fenómenos ou a relação entre eles”.

Para Carvalho (2009) as técnicas de colecta de dados são um conjunto de preceitos ou processos de que se serve a ciência, mas também podem ser entendidas como sendo habilidades para usar esses preceitos ou normas na obtenção dos seus propósitos. Sendo assim, os instrumentos de colecta de dados utilizados no presente estudo são o inquérito por entrevista e o inquérito por questionário.

Nesta perspectiva, importa salientar que este estudo foi realizado na cidade de Nampula entre os meses de Abril a Julho de 2016. Nesta vertente, entrevistamos nove jornalistas filiados aos diversos meios de comunicação social da cidade de Nampula, concretamente as televisões (Televisão de Moçambique, Televisão Miramar e Soico Televisão); as rádios (Rádio Moçambique, Rádio Encontro e Rádio Haq); e Jornais (Jornal Notícias, Jornal Diário e Jornal Whampula Fax). Portanto, para solidificar os resultados da nossa pesquisa, inquirimos um total de duzentos e cinquenta cidadãos residentes na cidade de Nampula de modo a perceber o contributo dos *media* na promoção da cidadania nesta urbe.

No que diz respeito a delimitação do universo ou seja a descrição da população, Carmo e Ferreira (1998) referem que população ou universo é o conjunto de elementos abrangidos por uma mesma definição. Esses elementos têm obviamente uma ou mais características comuns a todos eles, e são essas características que os diferenciam de outros conjuntos de elementos. Para Marconi e Lakatos (2007) a delimitação do universo consiste em explicitar que pessoas ou coisas serão pesquisadas, enumerando as suas características comuns, como por exemplo: sexo, faixa etária, organização a que pertencem comunidade onde vivem. No que diz respeito à amostra, Marconi e Lakatos (2007) afirmam que a amostra só ocorre quando a pesquisa não é censitária, isto é, não abrange a totalidade dos componentes do universo, surgindo a necessidade de investigar apenas uma parte dessa população.

Para esta pesquisa usamos a amostra estratificada, que é o processo de seleccionar uma amostra, de tal forma que subgrupos ou estratos previamente identificados na população em estudo estejam representados na amostra em proporção idêntica a que existem na população em estudo. Nesta perspectiva, o público alvo desta pesquisa foram os cidadãos da cidade de Nampula, de ambos os sexos, maiores de 18 anos de idade e pertencentes aos diversos estratos sociais: cidadãos comuns, religiosos, representantes da sociedade civil, académicos e jornalistas, residentes nos diversos bairros da cidade de Nampula.

Para a análise e interpretação dos dados usamos a análise de conteúdo, que segundo Bardin (1977, cit. em Carmo & Ferreira, 1998), não deve ser utilizada apenas para

se proceder a uma descrição do conteúdo das mensagens, pois a sua principal finalidade é a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção (ou eventualmente de recepção) com ajuda dos indicadores quantitativos ou não.

4 | O CONTRIBUTO DOS MEDIA NA PROMOÇÃO DA CIDADANIA NA CIDADE DE NAMPULA

De acordo com Mário, Minnie e Bussiek (2010) os estatutos legais que criaram a Rádio Moçambique (RM) e a Televisão de Moçambique (TVM), como entidades de prestação de serviço público de som e imagem (decreto n° 18 e 19, ambos de 16 de Junho de 1994), incluem questões relacionadas com a política editorial. De acordo com estes autores, os planos temáticos destes órgãos estabelecem os seguintes objectivos: contribuir para a consciencialização da população moçambicana ao combate de doenças endémicas; educação cívica dos cidadãos com vista ao reforço da sua consciência de cidadania, divulgação pública de legislação pertinente para a vida dos cidadãos e do funcionamento do Estado, entre outras.

Portanto, a TVM por sinal o maior canal de televisão do país possui uma vasta gama de programas que reportam assuntos relacionados com questões políticas nacionais e internacionais, educação sobre a legalidade e justiça, educação à distância, saúde pública entre outros assuntos de interesse social. Estes programas são abordados em diferentes formatos muitos dos quais com a participação do público (telespectadores). Aqui podem destacar-se programas como: Espaço Público, Pela Lei e Ordem, Quinta à Noite só para citar alguns exemplos.

Para além da TVM, existem canais televisivos como a STV pertencente ao grupo Sociedade Independente de Comunicação (SOICO) e a televisão Miramar pertencente a Igreja Universal do Reino de Deus (IURD) que promovem a cidadania em Moçambique, particularmente na cidade de Nampula. A STV possui programas como: Estado da Nação, Pontos de Vista, Opinião Pública entre outros, onde são abordados, debatidos e transmitidos temas relacionados com a cidadania. A televisão Miramar também transmite programas de educação para a cidadania de interesse para a sociedade, a título de exemplo temos programas como: Balanço Geral, Perguntas e Respostas, Resenha Semanal entre outros.

Portanto, os jornais editados e com circulação na cidade de Nampula também contribuem na promoção da cidadania. A título de exemplo, podemos elencar jornais como: Jornal Notícias, Diário de Moçambique e Whampula Fax, que na sua estrutura organizativa incluem páginas específicas para assuntos relacionados com a Mulher, Sociedade, Política, Economia, Opinião, Cultura, Desporto, Meio Ambiente, Recreio, que directa ou indirectamente estão relacionados com a cidadania.

Sendo assim, a título de exemplo transcrevemos os depoimentos dos nossos entrevistados (jornalistas de rádios, televisão e jornais), que serão identificados por

Jornalista 1, (J.1); Jornalista 2 (J.2) e Jornalista 3 (J.3), que quando questionados sobre como é que estas rádios promovem a cidadania nesta cidade, responderam nos seguintes termos:

(J.1). “A Rádio Moçambique (RM), em Nampula contribui para a promoção da cidadania, na medida em que na sua grelha de programação inclui vários programas relacionados com a cidadania, como o caso do programa (Mwaha M'mosa Wakuta Essumana), transmitido em língua local (Emakhuwa), onde são abordados vários temas relacionados com a cidadania, como por exemplo: direitos humanos, discriminação, violência doméstica, democracia, registo de nascimentos, vantagens do aleitamento materno entre outros”.

(J.3) “A Rádio Encontro (R.E), contribui para a promoção da cidadania na medida em esta inclui na sua grelha programas relacionados com a cidadania. Assim, a título de exemplo, a RE possui o programa o (Espaço do Cidadão) desde 2012 e a (Voz do Cidadão) desde 2014, Programa do Transitio, Programa Vida Jovem entre outros. Estes são programas que promovem a cidadania, visto que sensibilizam a população para participação política, aqui se abordam temas relacionados à educação cívica, recenseamento eleitoral, eleições, votação, entre outros. Actualmente estes programas realizam a fiscalização do poder municipal e governativo da cidade de Nampula”.

Num outro desenvolvimento, entrevistamos os jornalistas afectos às estações televisivas (TVM, Miramar e Soico televisão), que quando questionados como é que estas contribuem para a promoção da cidadania, responderam nos seguintes temas:

(J.4). “A TVM tem a missão de informar, formar, educar e entreter. Relativamente à educação, nós educamos os cidadãos sobre a prevenção de doenças, saneamento do meio ambiente, cuidados nutricionais entre outros. Deste modo, temos o programa (Sakhula Maikhu), que é transmitido localmente e em língua emakhuwa, onde são transmitidos vários assuntos relacionados com a cidadania”.

(J.5). “Se for a verificar a nossa grelha de programação, a televisão Miramar possui programas como Resenha Semanal, Balanço Geral e outros. O programa Balanço Geral não escolhe o foco, aqui são analisados todos os assuntos de relevo, bem como temas relacionados com a cidadania. Neste programa falamos, por exemplo, da corrupção, criticam-se os assaltos à mão armada que assolam as cidades de certas capitais provinciais, fala-se do aborto, discriminação racial, raptos, violação dos DH, da mulher e da criança, só para citar alguns exemplos”

No que cerne as estatísticas sobre o contributo dos meios de comunicação social na promoção da cidadania, a pesquisa apurou que dos 250 respondentes, 238, equivalente a 95.%, consideram que os *media* contribuem na promoção da cidadania, enquanto que 12 inquiridos, correspondente a 5% afirmaram que os *media* não promovem a cidadania.

Em relação a fonte de informação sobre a cidadania, a pesquisa constatou que dos 250 inquiridos, 17.9% afirmaram ter ouvido falar da cidadania na rádio, 43.2% na televisão, 5.37% através do jornal, 29.2% na escola, e 4.17% não apontaram nenhuma fonte das apresentadas no inquérito. Portanto, através dos dados acima apresentados nota-se que é

consenso da maioria dos inquiridos que os *media* na cidade de Nampula contribuem para a promoção da cidadania.

Sendo assim, no que diz respeito a fonte de informação sobre democracia, a pesquisa apurou que 42.% dos inquiridos afirmaram ter ouvido falar da democracia na televisão, 24.3% na rádio, 7% no jornal, e 26.3% afirmaram ter tido informação sobre a democracia na da escola. No que diz respeito aos direitos humanos, a pesquisa apurou que dos 250 inquiridos, 42.% Afirmaram ter ouvido falar dos direitos humanos na televisão, 18% na rádio, 8% no jornal, e 32% na escola.

5 | CONCLUSÃO

Esta pesquisa objectivou analisar o contributo dos *media* na promoção da cidadania na cidade de Nampula. Nesta perspectiva, a pesquisa constatou-se que os *media* contribuem positivamente na promoção da cidadania nesta cidade, através de divulgação de vários tipos de informações de âmbito social, político, económico e cultural. Portanto, os resultados da pesquisa mostram que o maior número dos residentes da cidade de Nampula obtêm informação sobre a cidadania, democracia e direitos humanos através da televisão. Estes resultados leva-nos a concluir que poucos residentes da cidade de Nampula lêem jornais, e conseqüentemente são também poucas as pessoas que obtêm informação sobre a cidadania através deste meio.

Sendo assim, a fraca aderência, procura e leitura de jornais pode estar relacionada com a falta de gosto e cultura de leitura, algo característico da maior parte da população moçambicana, particularmente na cidade de Nampula. Aliado a isto, deve-se capitalizar a escola, sobretudo as Instituições de Ensino Superior (IES) a pautarem pela disseminação da cidadania, o que irá contribuir para alcançar maiores índices de conhecimento sobre esta matéria, contribuindo assim para o bem-estar e harmonia social dos cidadãos.

Dum modo geral, as conclusões desta pesquisa apontam que com a expansão e proliferação dos meios de comunicação social aumentou o sentido de cidadania dos habitantes da cidade de Nampula, visto que os *media* passaram a difundir com mais frequência informações relacionadas com a cidadania até mesmo na língua local.

REFERÊNCIAS

ARAÚJO, S. A. **Contributos para uma educação para a cidadania**: professores e alunos num contexto intercultural. Lisboa: ACIDI, 2008.

BECKER, P. ; RAVELOSON, J. A. **O quê é democracia?** Luanda: FES, 2011.

BENEVIDES, M. V. (s. d). **Democracia e direitos humanos**: reflexões para os jovens. Disponível em: <http://www.dhnet.org.br/dados/cursos/edh/redh>. Acesso a 21 de Mar. 2015.

BRITO, L. *et al.* (Orgs.). **Desafios para moçambique 2010**. Maputo: IESE, 2010.

CARMO, H.; FERREIRA, M. **Metodologia da investigação**: guia para auto-aprendizagem. Lisboa: Universidade Aberta, 1998.

CARVALHO, J. E. **Metodologia do trabalho científico**. 7. ed. Lisboa: Escolar Editora, 2009.

CUNHA, J. R.; SPIELER, C. P. **Direitos humanos**. 4. ed. São Paulo: FGV, 2009.

GUAZINA, L. O conceito de media na comunicação e na ciência política: desafios interdisciplinares. **Revista debates**, 1, 49-64; 2007.

MELO, P. B. Um passeio pela história da imprensa: O espaço público dos grunhidos ao ciberespaço. **Revista da comunicação e informação**, 1, 26-38, 2005.

MARCONI, M. A. ; & LAKATOS, E. M. **Fundamentos de metodologia científica**. 6. ed. São Paulo: Editora Atlas, 2007.

MÁRIO, T. V. ; MINNIE, J. ; BUSSIEK, H. **Radiofusão pública em África**: moçambique. Joanesburgo: AFRIMAP, 2010.

MÁRIO, T. V. **Guia de reforma das políticas e legislação da comunicação social em moçambique**. Maputo: FES, 2012.

MAZULA, B. **Moçambique**: eleições, democracia e desenvolvimento. Maputo: Inter-África Group, 1995.

MORREIRA, V.; GOMES, C. M. **Compreender os direitos humanos**. 3. Ed. : manual de educação para os direitos humanos. Lisboa: CPLP, 2012.

POMPÉO, W. A. H. ; MARTINI, A. J. O papel da mídia na construção da democracia, cidadania e justiça no mundo globalizado: um estudo voltado aos efeitos da acção da imprensa e micropolíticas fundadas no espaço local. **Anais do congresso internacional de direito e contemporaneidade**, Santa Maria, Brasil, 1. 2012.

CAPÍTULO 7

PENALIZAÇÃO, PROTESTO E IMPOSIÇÃO: A DISCUSSÃO DE TRÊS CASOS EMBLEMÁTICOS DE UNIFORMES ESPORTIVOS FEMININOS E SUAS REPERCUSSÕES NA MÍDIA

Data de aceite: 04/07/2022

Marcelo Ribeiro Tavares

Pós-doutorando no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora. É Doutor em Urbanismo (UFRJ) e participa do Laboratório de Estudos das Linguagens e Expressões na Arquitetura, no Urbanismo e no Design (UFJF)

Frederico Braida

Professor Associado do Departamento de Projeto, Representação e Tecnologia e professor Permanente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora. Doutor em Design; líder do Grupo de Pesquisa Leaud - Laboratório de Estudos das Linguagens e Expressões na Arquitetura, no Urbanismo e no Design

Uma versão preliminar deste capítulo foi publicada nos Anais do XIV Simpósio Nacional da ABCIBER 2021, com o título “Uniformes esportivos: uma discussão sobre a mulher na mídia”.

RESUMO: O pensamento sexista em relação ao corpo da mulher atleta tem encontrado espaço de polêmica nos uniformes esportivos e repercutido amplamente na mídia nos últimos tempos. O objetivo desse capítulo é discutir a imposição de um padrão de uniformes femininos para algumas modalidades esportivas. A metodologia aplicada para a realização desse estudo baseia-se em uma revisão de literatura e na análise de reportagens que foram publicadas ao longo do

ano de 2021 sobre a mulher, o esporte e seus uniformes, com destaque para as questões envolvendo a seleção norueguesa feminina de handebol de praia, a seleção alemã de ginástica artística e a atleta brasileira de vôlei de praia Carol Solberg. Verifica-se que no primeiro caso, mesmo depois da ampla repercussão midiática mundial, ainda não houve modificação das regras e a multa aplicada precisou ser paga. No segundo caso, após o protesto das atletas alemãs, novos desdobramentos sobre a revisão das regulamentações para a ginástica artística feminina parecem ainda estar em discussão. No terceiro caso, contudo, a questão sobre a imposição do uso de biquíni nas competições do vôlei de praia parece ainda estar longe de ser resolvida. Conclui-se, portanto, que ainda hoje a mulher não é ouvida e nem respeitada nas questões que lhes são sensíveis, como qual tipo de uniforme é mais adequado à prática que ela desempenha como atleta profissional.

PALAVRAS-CHAVE: Mídia, mulher, uniforme, esporte, midiatização.

ABSTRACT: The sexist thinking about the female athlete's body has found space for controversy in sports uniforms and has been widely reflected in the media in recent times. The purpose of this chapter is to discuss the imposition of a standard for women's uniforms for some sports. The methodology applied to carry out this study is based on a literature review and analysis of reports that were published throughout 2021 on women, sport and their uniforms, highlighting the issues involving the Norwegian beach handball women's team, the German artistic gymnastics

team, and the Brazilian beach volleyball player Carol Solberg. In the first case, even after the wide media repercussions worldwide, there was still no change in the rules and the fine imposed had to be paid. In the second case, after the protest of the German athletes, new developments regarding the revision of the regulations for women's artistic gymnastics seem to be still under discussion. In the third case, however, the question about the imposition of the use of bikinis in beach volleyball competitions still seems to be far from being resolved. In conclusion, the three cases show that even today women are not heard or respected in matters that are sensitive to them, such as which type of uniform is best suited to the practice they perform as a professional athlete.

KEYWORDS: Media, woman, uniform, sport, mediatization.

1 | INTRODUÇÃO

O pensamento sexista relacionado ao corpo da mulher sempre gerou discussões e polêmicas no âmbito social. No cenário do esporte, os uniformes, que deveriam primar pelo conforto para favorecer a prática esportiva, acabaram por ser tema de discussão e repercussão na mídia em 2021: as jogadoras da seleção de handebol da Noruega foram multadas por jogar de short, ao invés de biquíni. Já as atletas da seleção alemã de ginástica artística competiram nos Jogos Olímpicos de Tóquio de *leggings* que cobriam as pernas, para passar uma mensagem contra a sexualização das atletas. Por fim, a atleta brasileira de vôlei de praia, Carol Solberg, defende que usar biquíni nas competições deveria ser uma escolha da atleta ao invés de uma imposição de caráter machista. Cabe destacar que a discussão que repercute na mídia sobre as questões de gênero, na atualidade, tem, na mulher-atleta, um exemplo importante de como, através da expectativa e conceitos anacrônicos sobre o uso de uniformes, são reveladas desigualdades nesse campo, o que reforça a pertinência dessa discussão no universo de estudos contemporâneos sobre gênero, esporte, comunicação e sociedade.

Este capítulo é produto de uma pesquisa de estágio de pós-doutoramento, que está sendo realizado no Programa de Pós-Graduação em Comunicação, da Universidade Federal de Juiz de Fora, intitulada “Midiatização do esporte: os uniformes do voleibol feminino (1980 - 2021)”, cujo objetivo principal é compreender os uniformes utilizados pelas equipes de voleibol feminino como um recurso para evidenciar a midiatização para o esporte nos últimos 40 anos. Verifica-se, nesse estudo, a oportunidade de trabalhar com a memória social para revelar os processos que determinaram o desenvolvimento dos uniformes usados pelas atletas da seleção brasileira de voleibol feminino e suas repercussões sociais como atributos da midiatização contemporânea. Como hipótese inicial da pesquisa, infere-se que os uniformes do voleibol feminino nos últimos 40 anos apontam para questões sobre como mulher, esporte e design foram midiatizados nesse período.

A partir dos desdobramentos desse estudo, verifica-se que os uniformes esportivos femininos provocam discussões relevantes, sobretudo, quando comparados com os uniformes usados pelos homens que praticam as mesmas modalidades. Assim sendo,

destacamos a importância de se analisar como a mulher pode enfrentar condições mais adversas em relação aos homens, não apenas sob o ponto de vista social, mas, também sob o esportivo.

A metodologia aplicada para a realização desse estudo baseia-se em uma revisão de literatura e na análise de reportagens que foram publicadas na mídia ao longo do ano de 2021 sobre a mulher, o esporte e seus uniformes, com destaque para as questões envolvendo a seleção norueguesa feminina de handebol de praia, a seleção alemã de ginástica artística e a atleta brasileira de vôlei de praia Carol Solberg.

As bases teóricas desse estudo estão ancoradas em três pilares: (1) **a história das mulheres no esporte**, marcada por inúmeras dificuldades enfrentadas por elas. Nos Jogos Olímpicos da Antiguidade grega, por exemplo, elas eram proibidas até mesmo de assistir às competições. Já nos primeiros Jogos Olímpicos da era moderna, em Atenas, 1896, foi permitido que elas premiassem os vencedores com as coroas do triunfo (SIMÕES, 2003) e a autorização para que as mulheres finalmente participassem da competição, ocorreu somente nos Jogos de Paris, em 1900 (CARVALHO; CRUZ, 2007); (2) **gênero e sexualidade**, tema que Louro (1997), ao destacar a urgência pela visibilidade da mulher recupera o longo período de “segregação social e política a que as mulheres foram historicamente conduzidas” e que foi responsável por torná-las invisíveis como sujeito frente a diversas áreas do conhecimento (LOURO, 1997, p. 17); e, finalmente, a (3) **midiatização**, que “diz respeito às transformações estruturais de *longa duração* na relação entre mídia e outras esferas sociais” (HJARVARD, 2014, p. 24, grifos do original). Nesse contexto, podemos inferir que as mídias são agentes de mudança cultural e social (HJARVARD, 2012).

Diante das intensas transformações sociais ocorridas desde o início do século XX, ratifica-se que os temas da história da mulher no esporte, do gênero e da sexualidade, e da midiatização formam uma trilogia analítica que permite avançar na compreensão das vicissitudes da sociedade contemporânea. Portanto, o objetivo principal deste capítulo é discutir, à luz dessa trilogia, a imposição de um padrão de uniformes femininos para algumas modalidades esportivas.

21 PENALIZAÇÃO, PROTESTO E IMPOSIÇÃO: A DISCUSSÃO DE TRÊS CASOS EMBLEMÁTICOS-

Ao explorar a complexidade do tema dos uniformes esportivos, recorreremos a autores que buscaram compreender a abrangência dos esportes e a importância dos atletas que os praticam. Gumbrecht (2007) questiona se deveria elogiar os atletas ou se bastava assistir seus desempenhos, o que não é uma questão para a maioria. No entanto, para Gumbrecht (2007, p. 34-35), é fundamental “elogiar o que amamos” e, dessa forma, “descobrir o que a beleza significa em relação ao esporte deve ser, mas nem sempre é, uma precondição essencial para fazer elogios ao esporte”.

O ano de 2021 foi atípico. Os jogos Olímpicos do Japão, que deveriam ter acontecido

em 2020, foram realizados sem a presença de público, em plena pandemia, um ano depois do previsto. Nas edições olímpicas de 1916, 1940 e 1944, no entanto, as grandes guerras mundiais impediram que os Jogos Olímpicos acontecessem e eles foram sumariamente cancelados. A realização dos Jogos Olímpicos do Japão, em 2021, porém, não foi o único evento que mereceu destaque nesse ano; os uniformes esportivos usados por mulheres repercutiram intensamente na mídia internacional.

Ao contrário da brincadeira, que recorre ao lúdico e à ausência de imposições para ser vivenciada, o esporte possui regras necessárias para a sua prática. Todavia, esses direcionamentos não são vistos com estranheza pelos praticantes e seus apreciadores; ao contrário, existe um consenso de que a correta assimilação e execução dessas regras são fundamentais para a existência de cada modalidade esportiva. Mas, e os uniformes esportivos? Como eles se adequam às práticas esportivas? De acordo com Soares (2011, p. 29),

gestos e roupas especiais para a prática de exercícios físicos e esporte oscilam entre uma ideia de eficácia técnica, de moda, de pertencimento de classe, de códigos de gênero, e de valorização de aparências. Esse conjunto composto por gestos e roupas especiais para essas práticas, em particular, alimenta todo um imaginário, faz surgir novos cenários sociais, torna-se, assim, uma necessidade. Seria, portanto, conveniente tentar encontrar muitos sentidos de sua aparição, aceitação, abandono, rejeição.

A afirmação da autora aponta para a necessidade do conforto dessas roupas, para que seja alcançada a plena execução dos gestos. Essa parece ser a ideia central no entendimento de como o uniforme deve ser. Na história recente, outros temas vêm à tona. A seguir, analisa-se como os três estudos de caso destacados são intermediados por acepções relacionadas à penalização, ao protesto e à imposição. Nota-se, também, como o posicionamento da mulher-atleta-profissional de alto rendimento é midiaticizado, em tempos que soam tão anacrônicos.

2.1 A seleção de handebol feminino da Noruega é multada por usar short ao invés de biquíni, em competição do Campeonato Europeu

O evento ocorreu na disputa da medalha de bronze do Campeonato Europeu de Handebol de Praia. De acordo com a reportagem, antes da partida, a Noruega entrou em contato com a Federação Internacional de Handebol e pediu permissão para que suas jogadoras usassem uma alternativa ao biquíni, sob o argumento de que o biquíni usado como uniforme oficial restringia os movimentos das atletas, era desconfortável e as hiperssexualizava. O pedido foi recusado e a Federação avisou ao país que a mudança configurava uma violação às regras da competição e, assim, seria passível de punição. Ao decidir usar short nesta partida, o time (Fig. 1) foi multado em 150 Euros por jogadora. A Federação Europeia de Handebol aplicou a punição sob a justificativa de que a decisão da Noruega não estava “de acordo com as regras sobre uso de uniformes para os atletas

definidas pela Federação Internacional de Handebol para o handebol de praia” (BBC, 2021).



Figura 1: Seleção de handebol de praia da Noruega usando short, em 2021

<https://g1.globo.com/mundo/noticia/2021/07/27/olimpiada-de-toquio-como-o-sexismo-se-reflete-no-controle-dos-uniformes-das-atletas.ghtml>

O chefe da Federação de Handebol da Noruega, que apoiou as jogadoras e afirmou que a organização arcaria com a multa, argumentou que “o mais importante é ter uniformes com os quais os atletas se sintam confortáveis”. Por sua vez, o presidente da Federação Norueguesa de Vôlei, Eirik Sordahl, disse que “em 2021, isso nem deveria ser um problema”. Por fim, a Federação Norueguesa de Handebol de Praia declarou, após receber a multa: “vamos continuar a lutar, juntos, para mudar as regras de vestuário, para que os atletas possam jogar com as roupas com as quais se sentem confortáveis” (BBC, 2021).

Apesar do apoio recebido pelos dirigentes da modalidade e de toda repercussão midiática, ocorrida em nível mundial, a seleção feminina de handebol de praia da Noruega foi penalizada. Para tentar compreender a origem da pena, recorremos ao direito, que a define da seguinte forma:

A pena acompanha o homem desde o seu surgimento, ou seja, desde o episódio em que Eva, após ser induzida pela serpente e alimentar-se do fruto proibido (maçã), convence Adão a comê-lo, ocorrendo, assim, as devidas punições exercidas pelo Criador, com a expulsão de ambos do jardim do Éden. Após a primeira punição divina, o homem, a partir da sua proliferação e do convívio em comunidade, adotou o sistema de aplicação de penas, todas as vezes que as regras da sociedade eram desobedecidas. (HORA, 2017, p. 21-22).

Essa explicação é abrangente e sugere várias interpretações. A mulher, na figura de Eva, apesar de induzida pela serpente, foi a culpada por ingerir o fruto proibido e também por convencer Adão a fazê-lo. Esse fato culminou com a expulsão de ambos do paraíso, que, por consequência, deu origem à primeira punição divina que conhecemos. A partir daí,

tornou-se praxe a aplicação de penas toda vez que ocorresse o descumprimento de regras sociais.

No Brasil, desde a promulgação da Constituição Federal de 1988, é dever do Estado “fomentar práticas desportivas formais e não formais como direito de cada um” (SCHMITT, 2015, p. 9). No entanto, as entidades esportivas dirigentes e associações possuem autonomia quanto a sua organização e funcionamento. Paralelo à atuação dessas entidades, existe a justiça desportiva e “o Poder Judiciário só admitirá ações relativas à disciplina e às competições desportivas após esgotarem-se as instâncias da justiça desportiva, regulada em lei” (SCHMITT, 2015, p. 9). No caso da modalidade do voleibol, por exemplo, existem as federações, que atuam no âmbito dos estados, a Confederação Brasileira de Voleibol (CBV), que atua em nível nacional e a Federação Internacional de Voleibol (FIVB), que regulamenta o funcionamento da modalidade em todos os níveis.

No âmbito da justiça desportiva, o raciocínio é o mesmo: existem as Comissões Disciplinares (primeira instância), o Tribunal de Justiça Desportiva (TJD), que atua nos recursos oriundos das Comissões Disciplinares (segunda instância) e o Superior Tribunal de Justiça Desportiva (STJD), que atua nas decisões finais do TJD, quando ocorre o esgotamento da matéria (terceira instância). No caso da seleção norueguesa de handebol de praia feminino, verifica-se que ela foi enquadrada no regulamento da Federação Internacional de Handebol, que possui regulamentações específicas para o handebol de praia. O mundo, no entanto, recebeu a notícia com perplexidade, sobretudo, por ter ocorrido em um ano de realização dos Jogos Olímpicos e envolver um tema sensível às mulheres.

A grande discussão, no caso da seleção norueguesa, girou em torno do uniforme. Especialistas expuseram suas análises como entrevistados da referida reportagem: Bryan Saunders, pesquisador em Fisiologia do Esporte e do Exercício da Faculdade de Medicina da USP, afirmou: “Na minha opinião, não faz sentido” e explicou: “Suponho que se alguém tem a escolha entre biquíni ou short, e ela escolhe short, provavelmente é porque ela vai se sentir mais confortável assim. Sentindo-se mais confortável, a atleta pode ter um desempenho melhor. Não é uma mudança drástica, que irá mudar os movimentos dela ou inibi-los. É uma mudança de centímetros” (REIF, 2021). A afirmação do pesquisador, apesar de direcionada ao conforto da atleta e, conseqüentemente, seu desempenho, coaduna-se com a afirmação de Soares (2011, p. 14), quando ela argumenta que a “função de proteção dada pela roupa pode também ser analisada desde outra significação que não aquela física, carnal, mas, sim, moral, ou seja, a de proteger o corpo do *olhar do outro*”.

Outra entrevistada na mesma reportagem, a também pesquisadora em Fisiologia do Esporte e do Exercício da Faculdade de Medicina da USP, Eimear Bernadette Dolan, analisou a discussão e disse não haver nenhuma razão científica que impeça as praticantes de handebol de vestirem shorts, mas obrigar alguém a vestir-se de forma que cause desconforto, por outro lado, pode prejudicar a performance no esporte. “Se os organizadores realmente estavam pensando do ponto de vista de desempenho, eu gostaria

de fazer duas perguntas: qual o motivo desses critérios e, se eles consideram o uso de biquínis necessário para jogar vôlei, por que os homens não são obrigados a competir usando sungas?” A pesquisadora encerrou sua explicação afirmando que “usando shorts no lugar de biquínis, a roupa não irá oferecer uma ‘vantagem’ para uma atleta. Só irá deixá-la mais confortável e com capacidade de se concentrar no jogo e não nas roupas” (REIF, 2021). A observação da especialista, apesar de também estar voltada para o desempenho, levanta a relação dos uniformes usados pelo sexo oposto, que claramente recebe menos interferências. Por fim, cabe salientar que o handebol é um esporte de contato físico direto e, nesse sentido, “ao cobrir a carne nua, as roupas parecem aos nossos olhos guardar em si mais do que adornos, talvez, uma dimensão sutil de proteção em relação ao contato, ao medo do contato, qualquer que seja ele” (SOARES, 2011, p. 15).

De acordo com Gumbrecht (2007, p. 30), é difícil elogiar o esporte, talvez porque “já não é mais um fenômeno tão consagrado como era, pelo menos, na Grécia antiga”. No entanto, o ato de coragem promovido pela seleção norueguesa feminina de handebol de praia merece elogios por se tratar de uma reivindicação justa dos direitos das mulheres na contemporaneidade. A cantora norte-americana Pink se solidarizou com a penalização aplicada à seleção norueguesa, criticou a organização por aplicar regras sexistas, incentivou as atletas a continuar vestindo o que fosse confortável para elas e se ofereceu para pagar a multa aplicada à seleção feminina de handebol de praia (AFP NEWS, 2021).

Pode-se concluir que a discussão em torno dessa multa recebida pela seleção norueguesa feminina de handebol de praia alcançou repercussão midiática mundial e acendeu o debate em torno de temas sensíveis às mulheres atletas, como: machismo, diferenças fundamentais entre os uniformes usados por homens e mulheres, sexismo e desigualdade entre homens e mulheres nas posições de comando das organizações esportivas.

2.2 A seleção alemã de ginástica artística usou “legging” nas Olimpíadas de Tóquio, em protesto contra a sexualização dos corpos femininos

A equipe alemã de ginástica protestou contra a sexualização dos corpos femininos em sua apresentação nos Jogos Olímpicos de Tóquio: as atletas competiram com *leggings* que cobriam as pernas com o objetivo de transmitir uma mensagem contra a sexualização no esporte (FANTÁSTICO, 2021) (Fig. 2). A repercussão provocada pelo ato de coragem da seleção norueguesa de handebol de praia feminino encorajou a seleção alemã de ginástica artística feminina a protestar no maior evento esportivo do mundo: os Jogos Olímpicos de Tóquio. Esse protesto nos faz lembrar que as ações físicas do corpo feminino são vistas com preocupação desde há muito tempo, conforme descreve Knijnik (2003, p. 63, grifos do original):

Legislar, criar normas e costumes para o seu uso; a existência de uma moral própria e de condutas rígidas para com esse corpo; tudo, enfim, que trata da

atividade física feminina (esportiva, recreativa) parece recair sobre o corpo, entendido como “algo” a se colocar fora da disputa – elas não podem porque possuem “esse” corpo, que não é “bom” nem “adequado” para certo tipo de ação.



Figura 2: Apresentação da seleção alemã de ginástica artística nos Jogos de Tóquio, em 2021

<https://g1.globo.com/mundo/noticia/2021/07/27/olimpiada-de-toquio-como-o-sexismo-se-reflete-no-controle-dos-uniformes-das-atletas.ghtml>

No caso da seleção alemã de ginástica artística, elas usaram o palco do maior evento do esporte mundial para protestar contra a sexualização de seus corpos e provar que as mulheres estão atentas às demandas contemporâneas. A mesma “aparição inesperada de um corpo no espaço, que de repente assume uma bela forma que se dissolve de maneira tão rápida e irreversível” e que até “pode ser encarada como uma espécie de epifania” (GUMBRECHT, 2007, p. 46), também pode aparecer nas Olimpíadas, através da mídia, protestando para questões urgentes que ainda as afligem.

O protesto da seleção alemã de ginástica artística não foi passível de penalização, conforme ocorreu com a seleção da Noruega de handebol de praia, porque o uso do “full-body suit”, a chamada *legging*, está previsto no regulamento da Federação Internacional de Ginástica (FIG) para incluir atletas que não podem usar *collants* cavados na virilha, geralmente por motivos religiosos (GUERRA, 2021). O protesto da seleção alemã de ginástica artística, que utilizou o “full-body suit”, no entanto, foi o primeiro a não estar relacionado com motivos religiosos, mas contra o sexualização das mulheres.

Nos Jogos Olímpicos do Rio, em 2016, por exemplo, as jogadoras de vôlei de praia do Egito jogaram com o “hijab”, uniforme que cobre o corpo inteiro e também causou grande repercussão midiática (Fig. 3). A jornalista inglesa, Hannah Smith, escreveu: “não

importa de que cultura você vem, os corpos das mulheres e as formas como esses corpos são vestidos ainda são vistos como propriedade pública – ou mais precisamente, como propriedade do patriarcado” (BBC, 2021). Knijnik (2003, p. 65) já apontou sobre o corpo da mulher: “a mulher foi, e talvez ainda seja, de alguma maneira regulada pelas concepções sociais do que o seu corpo deve ser; mais do que a mulher ser humano, o corpo dela, em total separação do seu interior, deve ser algo que contemple funções preestabelecidas”.



Figura 3: Atleta egípcia usando o “hijab”, nos Jogos do Rio, 2016.

<https://g1.globo.com/mundo/noticia/2021/07/27/olimpiada-de-toquio-como-o-sexismo-se-reflete-no-controle-dos-uniformes-das-atletas.ghtml>

As atletas alemãs da seleção de ginástica artística provocaram uma discussão que há muito precisava ser debatida: a liberdade da mulher poder usar o que quiser e no momento que quiser (CASTRO, 2021). A criadora de conteúdo digital, Tova Leigh, que costuma se manifestar nas redes sociais contra o sexismo sofrido pelas mulheres, declarou que “as mulheres no esporte muitas vezes não são levadas a sério, são tratadas como ‘colírio’ [por conta de sua aparência], e não como as atletas profissionais que são” (BBC, 2021). Knijnik (2003, p. 66) conclui:

Historicamente, procurou-se, de todas as formas, afastar a mulher do esporte, sendo dito e frisado que o corpo dela não podia, não devia, não cabia. Separou-se drasticamente a mulher-sujeito de sua ação. Atualmente, dada a emancipação e o desenvolvimento feminino também nessa área, as proibições e restrições ficam difíceis de ser sustentadas. Assim, procura-se controlar o corpo feminino esportista retirando-lhe os atributos atléticos, negando importância aos fatos esportivos propriamente ditos, priorizando outras qualidades no corpo da atleta.

Louro (2008) destaca que, desde os anos 1960, as minorias, sejam étnicas ou sexuais, como os negros e as mulheres, passaram a ganhar voz e seus protestos

estabeleceram a criação de novas práticas e linguagens na sociedade. A cultura, então, passou a centralizar esses protestos e possibilitou a visibilidade de questões sensíveis dessas minorias. Tratava-se de uma “luta pelo direito de falar por si e de falar de si. Esses diferentes grupos, historicamente colocados em segundo plano pelos grupos dominantes, estavam e estão empenhados, fundamentalmente, em se auto-representar” (LOURO, 2008, p. 20). A seleção alemã de ginástica artística, portanto, no ato de protesto que protagonizou nos Jogos Olímpicos de Tóquio, em 2021, falou por si e por todas as mulheres que ainda sofrem com as questões relacionadas à sexualização de seus corpos.

Pode-se concluir que a repercussão causada pelo ato de protesto realizado nos Jogos Olímpicos de Tóquio pelas atletas da seleção alemã de ginástica artística, que vestiram macacões compridos até o tornozelo, nos treinos de pódio e na fase classificatória do evento, foi ampla e também alcançou repercussão midiática mundial. Os temas do sexismo e da liberdade de escolha da mulher para escolher vestir o que lhe deixa mais confortável vieram à tona e ganharam espaço na mídia tradicional repercutindo um tema atual que atravessa a condição da mulher, seja ela atleta ou não.

2.3 A atleta de vôlei de praia, Carol Solberg, reage contra a imposição do uso de biquíni nas competições

Outro evento que repercutiu amplamente na mídia no ano de 2021 foi a declaração da atleta brasileira de vôlei de praia, Carol Solberg, que afirmou que o uso do biquíni nas competições deveria ser uma escolha da atleta e que a imposição estava associada ao machismo (Fig. 4). A atleta argumentou que jogar de biquíni em um local de clima quente faz todo sentido, sobretudo, se a jogadora se sente confortável. A discordância chega com a obrigatoriedade de jogar de biquíni com tamanho determinado, o que compromete o conforto da atleta (CONDINI, 2021). Sobre as questões da mulher vestida com trajes de banho, a professora Carmen Lúcia Soares destaca que “de uma maneira geral, as mulheres surgem à cena no campo esportivo bastante marcadas e determinadas por uma *natureza* implacável que, fatalmente, as tornariam mais frágeis, débeis e impossibilitadas de alcançar as qualidades físicas do sexo oposto” (SOARES, 2011, p. 60, grifos do original).



Figura 4: A dupla Carol Solberg e Bárbara Seixas usando uniforme alternativo ao biquíni

<https://veja.abril.com.br/blog/veja-gente/carol-solberg-e-a-polemica-de-esconder-o-corpo-nas-partidas-no-catar/>

A questão levantada por Soares (2011) ganha ainda mais relevância quando a atleta Carol Solberg explica que há determinados lugares onde os jogos acontecessem que, apesar de naturalmente frios, é o juiz que determina se as atletas devem usar biquíni ou calça, o que caracteriza uma imposição que pode afetar seus desempenhos. A atleta ressalta, na entrevista, que, apesar de se sentir confortável usando biquíni, a questão tem a ver com roupa e exposição e não com preferência (CONDINI, 2021).

Em entrevista concedida à Rádio Globo, Ágatha Bednarczuk, também atleta de vôlei de praia, afirmou que já enfrentou problemas relacionados a essa imposição, tendo em vista que a permissão para usar calça acontece quando a temperatura do local está abaixo de 15 graus. A jogadora Ágatha também destacou a questão do marketing em torno do corpo da mulher e questionou o fato de caber muito mais patrocinadores no short e na camisa do jogador de vôlei de praia quando comparado ao biquíni da jogadora, que obviamente tem muito menos espaço (RÁDIO GLOBO, 2021). Sobre o tema da publicidade envolvendo o patrocínio no uniforme das jogadoras, McCracken (2007, p. 104) esclarece:

A publicidade funciona como método em potencial de transferência de significado, reunindo o bem de consumo e uma representação do mundo culturalmente constituído no contexto de uma peça publicitária. O diretor de criação de uma agência publicitária procura ligar esses dois elementos de tal maneira que o espectador/leitor perceba entre eles uma similaridade essencial. Quando essa equivalência simbólica é estabelecida com sucesso, o espectador/leitor atribui ao bem de consumo determinadas propriedades que sabe existem no mundo culturalmente constituído. As propriedades conhecidas do mundo culturalmente constituído passam, assim, a residir nas propriedades desconhecidas do bem de consumo, e se realiza a transferência de significado do mundo para o bem.

Nesse contexto, no qual a identidade e a afirmação da mulher se faz relevante, é importante destacar que “a categoria gênero nasceu do esforço de se criar uma epistemologia

feminista, capaz de possibilitar a análise social compreendendo a questão da subordinação das mulheres e fazendo possível a sua transformação” (WOLFF; SALDANHA, 2015, p. 36), o que acentua a necessidade de entendimento das questões de gênero para que também se compreenda as reivindicações das mulheres em diferentes níveis sociais diante das imposições as quais são submetidas recorrentemente.

Em outra matéria publicada na Revista Trip, no final de 2020, a atleta Carol Solberg reclamou sobre a exposição excessiva dos corpos das atletas, inclusive com conotação sexual. A atleta também lamentou o fato de o esporte, o vôlei de praia feminino, estar relacionado ao uniforme: “é triste pensar que um esporte está ligado à pessoa ligar a televisão e ver um monte de mulher de biquíni” e justifica que apesar de compreender o fato do público admirar o corpo feminino, não se pode esquecer do respeito e finaliza lembrando que “tem uma mulher ali exposta dentro de uma quadra fazendo o trabalho dela” (TRIP REDAÇÃO, 2020).

Esse desabafo da atleta Carol Solberg já foi identificado por Drumont (1980, p. 81, grifos do original), quando atentou que “o machismo é definido como um sistema de *representações simbólicas*, que mistifica as relações de exploração, de dominação, de sujeição entre o homem e a mulher”. A autora também afirma que “o machismo pode ser genericamente considerado como um ideal a ser atingido por todos os homens e atacado ou invejado pelas mulheres (DRUMONT, 1980, p. 82), o que facilita a compreensão do desabafo da atleta Carol Solberg, ao chamar de machismo a imposição sofrida pelas mulheres, a partir do momento em que lhes foi suprimido o direito de escolha.

Pode-se verificar que a entrevista concedida pela atleta de vôlei de praia, Carol Solberg, chamando de machismo a imposição sofrida pelas atletas ao se verem impedidas de escolher o uniforme que deverão usar nas partidas, independentemente de estarem sentindo frio ou calor, também alcançou repercussão midiática em nível nacional e mexeu novamente com a sensibilidade do tema dos uniformes, onde machismo, sexismo e assimetria entre os direitos de escolha de homens e mulheres atletas é recorrente.

3 | CONSIDERAÇÕES FINAIS

A participação da mulher na sociedade é sempre tema de estudo, como se fosse algo inesperado e não existente, de fato desde as raízes mais profundas. No esporte, como a própria história conta, a participação das mulheres foi por muito tempo renegada a papéis secundários. Custa-se a crer que, ainda hoje, através do esporte, verifiquemos como persiste uma ideia de que a mulher não é plenamente ouvida (e respeitada) em questões que se relacionam diretamente com sua ação no mundo: no caso abordado neste capítulo, sobre qual o tipo de uniforme é mais adequado à prática que ela desempenha como atleta profissional.

No primeiro estudo de caso destacado, que envolveu a seleção norueguesa feminina

de handebol, a questão sobre o uso dos uniformes resultou na aplicação de uma multa, pelo simples fato de as atletas se recusarem a usar um uniforme que julgavam inadequado. A ideia de punir uma seleção inteira demonstra, por si só, o quão frágil é o poder de decisão sobre as reivindicações feitas por jogadoras, comissão técnica e até dirigentes. Ao que parece, mesmo depois da ampla repercussão do caso, ainda não houve modificação das regras.

O segundo estudo de caso, sobre o uso de um uniforme menos comum pela seleção alemã de ginástica artística feminina, não originou a aplicação de multa, uma vez que o uniforme preferido pelas atletas estava incluído nas regras, mas igualmente provocou a reflexão sobre a liberdade de escolha de qual tipo de uniforme usar em uma competição pela mulher-atleta. Novos desdobramentos sobre a revisão das regulamentações para esse esporte parecem ainda estar em discussão.

O terceiro e último caso destacado, a declaração da atleta Carol Solberg sobre o uso do biquíni nas competições, ainda parece estar longe do fim. A questão aponta para desdobramentos de situações mais densas, que não só implicam na impossibilidade de decisão da atleta em escolher seu melhor uniforme para uma competição, mas para assimetrias muito claras que envolvem a menor participação da mulher nas esferas de decisão na modalidade esportiva que praticam e nas associações que regem o esporte.

Vistos em conjunto, os três casos destacados apontam que a história das mulheres no esporte ganha um novo capítulo com as manifestações reveladas apenas no último ano. A discussão sobre a importância da mulher na sociedade é tema recorrente e pauta de reivindicações que, no esporte, indicam a força política que deve ser empreendida para se delinear uma participação justa e em equilíbrio entre os atletas – independente do gênero. Nesse sentido, a mídia e seus processos de midiaticização têm revelado canais de expressão que levam a discussão para alcance global, suscitando manifestações imediatas nas redes sociais. A visibilidade certamente aumenta. Resta esperar para ver os efeitos que as discussões empreendidas no último ano podem ter, efetivamente.

Por fim, cabe destacar que, como conclui Soares (2011), o uso de uniformes no esporte não pode ser uma questão fechada e, além disso, sempre foi um tema cercado de razões que, para as mulheres, tiveram importância maior, fosse para assegurar sua participação como atletas respeitadas, fosse para avançar em discussões que se estendem para modelos de comportamento vigentes em cada época e sociedade – para além do esporte. Por mais óbvio que pareça, não custa sublinhar que o tema dos uniformes diz respeito a toda uma sociedade, que não só assiste cotidianamente aos esportes ao vivo ou pelos diversos canais de mídia, mas verifica que ainda há muito a se fazer para superar diferenças de entendimento e tratamento dado a homens e mulheres, onde a diferença não é fundamental, mas, apenas, uma questão de essência machista que precisa ser aplacada.

REFERÊNCIAS

AFP NEWS. **Cantora Pink se oferece para pagar multas da equipe feminina norueguesa que se recusou a usar biquíni**, 2021. Disponível em: <https://g1.globo.com/pop-arte/noticia/2021/07/27/cantora-pink-se-oferece-para-pagar-multas-de-equipe-feminina-norueguesa-que-se-recusou-a-usar-biquini.ghtml>. Acesso em: 10 jan. 2022.

BBC. **Olimpíadas de Tóquio**: como o sexismo se reflete no controle dos uniformes das atletas, 2021. Disponível em: <https://g1.globo.com/mundo/noticia/2021/07/27/olimpiada-de-toquio-como-o-sexismo-se-reflete-no-controle-dos-uniformes-das-atletas.ghtml>. Acesso em: 8 jan. 2022.

CARVALHO, M. J.; CRUZ, I. **Mulheres e desporto**: declarações e recomendações internacionais Portugal: Associação portuguesa mulheres e desporto, 2007.

CASTRO, J. **Mulheres nas Olimpíadas**: uniformes, participação e salários em pauta, 2021. Disponível em: <https://www.geledes.org.br/mulheres-nas-olimpiadas-uniformes-participacao-e-salarios-em-pauta/>. Acesso em: 10 jan. 2022.

CONDINI, B. **Carol Solberg**: “usar ou não biquíni no vôlei de praia deveria ser uma escolha. A obrigatoriedade é machismo”, 2021. Disponível em: <https://heloisatolipan.com.br/gente/carol-solberg-usar-ou-nao-biquini-no-volei-de-praia-deveria-ser-uma-escolha-a-obrigatoriedade-e-machismo/>. Acesso em: 10 jan. 2022.

DRUMONT, M. P. Elementos para uma análise do machismo. **Perspectivas**, São Paulo, v. 3, p. 81-85, 1980.

FANTÁSTICO. **Uniforme longo da equipe alemã de ginástica é protesto contra a sexualização no esporte**, 2021. Disponível em: <https://g1.globo.com/fantastico/noticia/2021/07/25/uniforme-longo-da-equipe-alema-de-ginastica-e-protesto-contra-a-sexualizacao-no-esporte.ghtml>. Acesso em: 22 dez. 2021.

GUERRA, Y. **Design dos uniformes olímpicos**: uma questão de gênero, 2021. Disponível em: <https://casa.abril.com.br/design/design-dos-uniformes-olimpicos-uma-questao-de-genero/>. Acesso em: 10 jan. 2022.

GUMBRECHT, H. U. **Elogio da beleza atlética**. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

HJARVARD, S. Miatização: teorizando a mídia como agente de mudança social e cultural. **MATRIZES**, v. 5, n. 2, jan./jun., 2012.

HJARVARD, S. Miatização: conceituando a mudança social e cultural. **MATRIZES**, v. 8, n. 1, jan./jun., 2014.

HORA, M. T. H. **A execução da multa penal pela Fazenda Pública**. Aracaju: Criação, 2017.

KNIJNIK, J. D. **A mulher brasileira e o esporte**: seu corpo, sua história. São Paulo: Editora Mackenzie, 2003.

LOURO, G. L. **Gênero, sexualidade e educação**. Uma perspectiva pós-estruturalista. Petrópolis, RJ: Vozes, 1997.

LOURO, G. L. Gênero e sexualidade: pedagogias contemporâneas. **Pro-Posições**, v. 19, n. 2 (56), maio/ago. 2008.

MCCRACKEN, G. Cultura e consumo: uma explicação teórica da estrutura e do movimento do significado cultural dos bens de consumo. **RAE-CLÁSSICOS**, v. 47, n. 1, p. 99-115, 2007.

RÁDIO GLOBO. **Ágata fala sobre o uniforme usado no vôlei de praia**. 2021. Disponível em: <https://radioglobo.globo.com/media/audio/131017/agatha-fala-sobre-o-uniforme-usado-no-volei-de-pra.htm>. Acesso em: 22 jan. 2021.

REIF, L. **Especialistas comentam polêmica dos uniformes femininos**: “Não faz sentido”, 2021. Disponível em: <https://revistamarieclaire.globo.com/Moda/noticia/2021/07/especialistas-comentam-polemica-dos-uniformes-femininos-nao-faz-sentido.html>. Acesso em: 23 jan. 2021.

SCHMITT, P. M. (Organizador). **Legislação Desportiva Essencial** [edição eletrônica]. [s. l.]: iBooks, 2015.

SIMÕES, A. C. (Org.). **Mulher e esporte**: mitos e verdades. São Paulo, SP: Manole, 2003.

SOARES, Carmen Lúcia. **As roupas nas práticas corporais e esportivas**: a educação do corpo entre o conforto, a elegância e a eficiência (1920-1940). Campinas, SP: Autores Associados, 2011.

TRIP Redação. **Carol Solberg**: é muito difícil ser atleta no Brasil, 2020. Disponível em: <https://revistatrip.uol.com.br/trip-fm/carol-solberg-e-muito-dificil-ser-atleta-no-brasil>. Acesso em: 10 jan. 2022.

WOLFF, C. S.; SALDANHA, R. A. Gênero, sexo, sexualidades: categorias do debate contemporâneo. **Revista Retratos da Escola**, Brasília, v. 9, n. 16, p. 29-46, jan./jun., 2015.

CAPÍTULO 8

FONTES UTILIZADAS EM MATÉRIAS SOBRE FEMINICÍDIOS MARCADORES DO MACHISMO NO JORNAL A TRIBUNA/ES

Data de aceite: 04/07/2022

Jaciele Cristina Simoura

Graduada do curso de Jornalismo
Centro Universitário FAESA
Vitória, ES

Maria Emília Pelisson Manente

Orientadora do trabalho. Professora Mestra do
curso de Jornalismo da Faesa
Centro Universitário FAESA
Vitória, ES

Trabalho apresentado no IJ01-Jornalismo, da Intercom Júnior – XV Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 42º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

RESUMO: Segundo o Anuário Brasileiro de Segurança Pública 2018, 42 mulheres foram mortas em razão de gênero no Espírito Santo no ano de 2017. O jornal capixaba A Tribuna publicizou apenas 17 desses casos nominando-os de homicídios. Este artigo trata da análise realizada em cinco dessas matérias. O objetivo foi verificar os tipos de fontes ouvidas pelos repórteres na apuração dos casos publicados. Tomamos como base as definições de Lage (2003) ao classificar as fontes jornalísticas. O jornal, na escolha das fontes utilizadas nas matérias analisadas, corrobora com Silva (2010) que afirma que jornalismo tem gênero, e é masculino. Das 23 fontes ouvidas nos textos recortados a maioria é de homens (15), contra (8)

mulheres, sendo que a maioria dessas fontes é classificada por Lage (2003) como testemunhais, ou seja, familiares, vizinhas e amigas das vítimas.

PALAVRAS-CHAVE: Jornalismo feminino; fontes jornalísticas; feminicídio; machismo.

INTRODUÇÃO

Marcia Veiga da Silva (2010) em sua dissertação de mestrado na Universidade Federal do Rio Grande do Sul já sentenciava que o jornalismo tem gênero, e é masculino. Com essa premissa e tendo como base uma pesquisa realizada por Krauzer (2018) em seu trabalho de conclusão de curso em Jornalismo no Centro Universitário FAESA, no qual analisou a divulgação, por parte do jornal A Tribuna/ES, de diversos casos de feminicídios ocorridos no Espírito Santo no ano de 2017, resolvemos investigar, para este artigo, quais foram as fontes ouvidas pelos repórteres na apuração desses casos.

Nilson Lage (2003, p. 62) afirma que “as fontes podem ser mais ou menos confiáveis, pessoais, institucionais ou documentais”. O autor classifica essas fontes em: oficiais, oficiosas, independentes, primárias, secundárias, testemunhas e experts. Das cinco matérias analisadas por Krauzer (2018) 23 pessoas foram ouvidas como fontes pelos repórteres para dar maior credibilidade aos textos. Das 23 pessoas entrevistadas 15 eram homens e apenas oito (8)

mulheres. Ressalte-se que dessas 8 a maioria era a mãe da vítima, a vizinha, e ou, uma familiar, classificadas por Lage como fontes testemunhais.

O testemunho é normalmente colorido pela emotividade e modificado pela perspectiva; pode-se testemunhar uma guerra sem presenciar uma batalha, assistindo a um pedaço de uma ou vendo várias; do lado do vencedor ou do vencido; identificando-se com as vítimas ou com os agressores. (LAGE, 2003, p. 67)

Para entendermos a partir de qual periódico foi realizada a análise para este artigo é importante ressaltarmos algumas informações sobre o jornal em questão. A Tribuna foi fundada em 1938, em Vitória/ES e hoje ocupa, segundo o Ibope, a 17ª colocação entre os jornais mais vendidos do país. Segundo o site da publicação, o jornal é líder em vendas e em número de leitores na Grande Vitória, que compreende sete municípios localizados próximos à capital, Vitória. É um jornal que opta por trazer em suas capas assuntos ligados a crimes, violência e de utilidade pública, como concursos etc.

OBJETIVO

O objetivo principal deste artigo é analisar as fontes jornalísticas utilizadas pelo jornal A Tribuna, Vitória/ES, na publicação de casos de feminicídios. O repórter ao elaborar matérias sobre violência contra a mulher teve a preocupação de ouvir também mulheres sobre os fatos? Essa é a principal pergunta que nos ocorreu ao fazermos o recorte para este artigo.

JUSTIFICATIVA

O Espírito Santo registrou em 2017 a maior taxa nacional de crimes de ódio contra mulheres, segundo dados do Anuário Brasileiro de Segurança Pública 2018. Naquele ano 42 mulheres foram mortas em razão de gênero no estado. Não podemos nos esquecer de que até o ano de 2015 quando a ex-presidente Dilma Rousseff sancionou a lei 13.104/15, qualificando o crime de homicídio como feminicídio, incluindo-o no rol dos crimes hediondos (Art. 1º da Lei nº 8.072, de 25 de julho de 1990), os crimes cometidos contra a mulher em razão de gênero eram tratados como “passionais” ou em “defesa da honra”.

Apesar do avanço da legislação, muitos veículos de comunicação continuam tratando casos de feminicídios como crimes praticados pela “paixão” ou “por ciúmes”, retirando a culpa do acusado e a colocando na vítima. Os meios de comunicação, no nosso caso o jornal impresso, têm responsabilidade na seleção dos fatos que irão publicar e na escolha das fontes que irão ouvir. Os repórteres como estruturadores de uma notícia contribuem para o debate acerca de casos de feminicídios. Eles selecionam suas fontes, editam falas e, muitas vezes titulam seus textos; uma postura crítica diante dos crimes de feminicídios pode contribuir para que a sociedade compreenda a importância da aplicação da lei. Uma vez que,

O jornalismo incumbe-se de atualizar o nível de informação da população com velocidade impossível de alcançar por outro meio. Sua necessidade social ampliou-se na medida em que as transformações políticas, sociais, científicas e tecnológicas se aceleraram, tornando inviável a atualização por outros processos, como contatos pessoais, demonstrações a auditórios, sermões etc. (LAGE, 2005, p. 82).

Ao divulgar para a sociedade, ainda que através de um recorte, os acontecimentos da sociedade em que estão inseridos, jornalistas, independente do meio utilizado, constroem uma realidade que segundo Alsina (2009) pode ser simbólica, pública e cotidiana. “Os jornalistas são, como todo o mundo, construtores da realidade ao seu redor. Mas também conferem estilo narrativo a essa realidade, e, divulgando-a, a tornam uma realidade pública sobre o dia-a-dia” (ALSINA, 2009, p. 11).

FEMINICÍDIO

Feminicídio é o crime de ódio contra a mulher, ou seja, quando a morte é em razão de gênero. A Lei do Feminicídio (nº13.104/2015) foi sancionada no Brasil em 2015, pela Presidente da República Dilma Rousseff. Segundo o Código Penal, está definido crime hediondo contra uma mulher em razão de sexo feminino.

Segundo a Lei

§ 2º-A. Considera-se que a há razões de condição de sexo feminino quando o crime envolve: I – violência doméstica e familiar; II – menosprezo ou discriminação à condição de mulher.

§7º Denomina-se feminicídio à forma extrema de violência de gênero que resulta na morte da mulher quando há uma ou mais das seguintes circunstâncias: i – relação íntima de afeto ou parentesco, por afinidade ou consanguinidade, entre a vítima e o agressor no presente ou no passado; ii – prática de qualquer tipo de violência sexual contra a vítima, antes ou após a morte; – mutilação ou desfiguração da vítima, antes ou após a morte [...].

Antes da lei, crimes contra a mulher em razão de gênero eram tratados como passionais, até que com a promulgação da Constituição de 1988 começaram a serem tratados como homicídios. Com o crescimento de movimentos feministas, aumentaram as pressões para que países mudassem seus códigos penais e criassem leis que punissem mais severamente casos de feminicídios. Desta forma, muitos países iniciaram um trabalho na elaboração de leis e serviços que protegessem a mulher e evitassem esses crimes. A Argentina foi o primeiro país da América Latina a criar a Lei do Feminicídio, em 2006. No Brasil, apesar da Lei Maria da Penha existir desde 2006, somente em 2015 o feminicídio passou a ser considerado crime hediondo.

Segundo a ONU, o Brasil é o quinto país onde há mais mortes de mulheres. Em 2013, treze mulheres foram mortas por dia, de acordo com o Mapa da Violência de 2015. Em sua maioria, as vítimas são jovens negras e pobres e em mais de 70% dos casos de

feminicídios nos quais o acusado é o parceiro da vítima, há antecedentes de violência doméstica.

As autoras Stela Nazareth Meneghel e Ana Paula Portella (2017), falam que as causas desses crimes não se devem a condições patológicas dos acusados, mas ao desejo de posse das mulheres, que em muitas situações são culpadas por não cumprirem seu papel de gênero designado pela cultura.

O assassinato intencional de mulheres cometido por homens é a manifestação mais grave da violência perpetrada contra a mulher e, em sociedades patriarcais, a condição feminina é o fator de risco mais importante para a violência letal, embora possa haver maior incidência em mulheres que possuem condicionantes raciais, étnicos, de classe social, ocupação ou geracionalidade (MENEGHEL; PORTELLA, 2017, p.13).

O Espírito Santo tem a terceira maior taxa nacional de feminicídios, são duas mortes a cada 100 mil habitantes, de acordo com o Anuário Brasileiro de Segurança Pública 2018. Vitória foi a capital com maior número de casos de feminicídios. O Estado ainda detém o maior número de crimes contra as mulheres negras. Segundo Índice de Vulnerabilidade Juvenil à Violência 2017, a taxa de homicídios de mulheres negras é de 13 por 100 mil habitantes, 3,5 vezes maior que mulheres brancas.

FEMINISMO

Feminismo, de acordo com o dicionário, é um movimento social e político que visa conquistar direitos iguais entre gêneros. É a representação da luta da mulher pela igualdade, respeito e poder de escolha. Hooks (2019, p. 17) simplifica o termo dizendo que “feminismo é um movimento para acabar com sexismo, exploração sexista e opressão”. Mais adiante (p. 25) ela acrescenta: “feministas são formadas, não nascem feministas”.

Quando pesquisamos a história da mulher no Ocidente, percebemos que ela teve sua imagem construída por padrões de conservadorismo, submissão e inferioridade, tendo seu papel, ao longo dos anos, limitado ao de esposa e de mãe. Contestar tais espaços levou mulheres às fogueiras, à marginalidade socioeconômica, e ao ostracismo familiar.

A execução da francesa Olympe de Gouges, em 1793, é considerada um marco para o movimento feminista. Em 1791, durante a Revolução Francesa, Gouges rebateu a Declaração dos Direitos do Homem e do Cidadão em um texto intitulado de Declaração dos Direitos da Mulher e Cidadã. No texto, ela criticou a declaração, dizendo que era somente aplicada aos homens e também destacou a importância das mulheres na sociedade.

Entretanto, o primeiro movimento feminista surgiu na Inglaterra, somente ao final do século 19, as *Suffragettes*, ou Sufragistas em tradução livre, com a criação do *National Union of Women's Suffrage Societies* – NUWSS (União Nacional das Sociedades de Mulheres Sufragistas), que buscavam o direito ao voto da mulher.

Segundo Céli Regina Pinto,

O movimento sufragista expressou-se como bem-comportado, e ainda com caráter conservador, tratando de assuntos superficiais e tendo por objetivo, nesse momento, as boas relações sociais sem questionar os direitos iguais de gênero (PINTO, 2004, p.11).

O movimento feminista é dividido em dois períodos; o primeiro, conhecido como feminismo “bem-comportado”, durou até a década de 1930, e buscava somente direito ao voto. A partir de 1940 surge o conhecido feminismo “malcomportado”, este, ampliou a luta e as reivindicações: mulheres buscavam direito à educação, questionavam o sistema patriarcal, discutiam sobre o divórcio e a própria sexualidade. Simone de Beauvoir surge nesse ambiente com a publicação da obra “O segundo sexo”, no qual aborda as raízes da opressão feminina. Amplamente utilizado pelo movimento feminista, o texto continua servindo de inspiração para o movimento nos dias de hoje.

A cientista brasileira Bertha Lutz foi a responsável por implantar o feminismo no país. Durante o tempo em que estudou fora, Lutz teve contato com o movimento sufragista e retornou ao Brasil em 1910, dando início a luta pela reivindicação do voto da mulher. Fundou a Federação Brasileira pelo Progresso Feminino, fez campanha pelo voto, levou um abaixo-assinado ao Senado. O direito ao voto feminino foi conquistado em 1932, com a promulgação do Novo Código Eleitoral Brasileiro e se tornou obrigatório em 1934.

Em 1985 foram criadas as Delegacias Especializadas da Mulher e a campanha “Quem ama, não mata”. Em 2006 é sancionada a Lei Maria da Penha (nº11.340, de 07 de agosto de 2006) com o objetivo de reprimir e punir casos de violência contra a mulher. Na cultura popular, o feminismo passou a ser tematizado em diversas mídias, com produção de filmes, músicas, séries e livros. Além disso, a expansão das redes sociais trouxe o feminismo para fóruns de discussão online, em que mulheres compartilham experiências, apoio e sororidade.

MACHISMO

O conceito de machismo, segundo o dicionário é: exagerado senso de orgulho masculino; virilidade agressiva; macheza. Representa a ideia de superioridade masculina sobre mulheres. Segundo Mary Pimental Drumont (1980):

O machismo é definido como um sistema de representações simbólicas, que mistifica as relações de exploração, de dominação, de sujeição entre o homem e a mulher...O machismo enquanto sistema ideológico, oferece modelos de identidade tanto para o elemento masculino, como para o elemento feminino. Ele é aceito por todos e mediado pela liderança masculina. Ou seja, é através deste modelo normalizante que homem e mulher „tornam-se “homem e mulher, e é também através dele, que se ocultam partes essenciais das relações entre os sexos, invalidando-se todos os outros modos de interpretação das situações, bem como todas as práticas que não correspondem aos padrões de relação nele contidos (DRUMONT, 1980, p. 81).

O homem, que sempre foi colocado na posição de patriarca, era quem definia como as mulheres deveriam se vestir, se comportar, quais deveriam ser suas crenças, quando falar, tudo isso tendo como base o sistema patriarcal que pregava a superioridade masculina. A ideia de o homem ser o sexo mais forte e, portanto, o responsável por determinar comportamentos femininos, sendo a mulher colocada como sexo frágil e com emoções muito intensas.

Essa construção do machismo parte de uma premissa religiosa que prega que a mulher é submissa ao homem e, portanto, deve respeitar sua vontade, não tendo autonomia. Bourdieu (1998) trouxe em uma pesquisa realizada entre 1950 e 1960 o conceito de dominação masculina. A dominação do homem sobre o feminino é resultado de uma violência suave e invisível, exercida por vias simbólicas, segundo indica o autor; está na “ordem das coisas” e é comum, não precisando enunciar ou justificar a razão dessa dominação. Bourdieu exemplifica,

O efeito da dominação simbólica (seja ela de etnia, de gênero, de cultura, de língua etc) se exerce não na lógica pura das consciências cognoscentes, mas através dos esquemas de percepção, de avaliação e de ação que são constitutivos dos habitus e que fundamentam, aquém das decisões da consciência e dos controles da vontade, uma relação de conhecimento profundamente obscura a ela mesma (BOURDIEU, 1998, p. 49).

Esse comportamento do machismo acompanha nossa sociedade ao longo da história. O papel da mulher sempre esteve limitado à maternidade, reprodução, deveres do lar e cuidados do marido. Drumont (1980) diz que os padrões construídos no machismo surgem desde a infância, quando meninas e meninos são conduzidos a tarefas diferentes. A garota geralmente é levada a trabalhos domésticos, serviços que não produzem dinheiro, enquanto meninos são levados a atividades que dão a ideia de que ele será o responsável por arcar com as despesas familiares.

Nas primeiras décadas do século XX movimentos feministas ganharam força e notoriedade, fazendo com que a mulher começasse a conquistar direitos que promoviam a equidade. A partir da segunda metade do século passado, as barreiras que mantinham o mercado de trabalho ainda extremamente segregado foram forçadas a ceder.

Apesar de vista como natural, a premissa do machismo não é natural, a identidade de homens e mulheres é construída socialmente, levando em consideração a história de vida, a identidade racial, o perfil socioeconômico dos indivíduos. É importante ressaltar que feminismo é diferente de machismo, o primeiro é uma ideologia que busca a igualdade de gênero, o segundo é a ideia clara de poder do homem sobre a mulher.

JORNALISMO FEMININO

O primeiro jornal feminino surgiu ao final do século XVII, com o periódico *Lady's Mercury*, na Grã-Bretanha. Seus assuntos eram relacionados a temas do cotidiano feminino

como moda e afazeres domésticos, e foi nessa publicação que surgiu uma editoria que se tornou marca do jornalismo feminino e permanece até hoje: o consultório sentimental. Provavelmente por falta de público, visto que a alfabetização era extremamente restrita e majoritariamente masculina, *Lady's Mercury* permaneceu pouco tempo em circulação.

Dulcília Buitoni (1990, p.7) explica que não existia uma imprensa diretamente masculina, ela poderia atingir vários públicos, mas somente atingia o masculino pois eles tinham acesso à educação e a leitura.

O jornalismo feminino que inicialmente tinha a intenção de ser um produto comercial de moda, beleza e literatura, foi moldado pelos movimentos feministas, que fizeram expandir suas pautas, interlocutores e interesses. Foi usado na luta pela conquista de direitos, como o voto, além de abordar temas que eram proibidos de serem ditos por mulheres, como a sexualidade feminina, que sempre foi um tabu. Ele marca a trajetória da mulher na história e sua busca por direitos iguais.

METODOLOGIA

Este artigo deriva-se de uma pesquisa realizada por Krauzer (2018) em que foram analisadas cinco matérias publicadas no jornal *A Tribuna*, Vitória/ES, acerca de um único tema: violência contra a mulher, ou mais especificamente, casos de feminicídios reportados pelo jornal. Durante o processo de análise a pesquisadora não encontrou nenhuma matéria em que o crime foi corretamente nomeado, ou seja, para o periódico todos os casos foram tratados como homicídios e não como feminicídios. Ao atentarmos para essa análise ficamos curiosas em fazermos um outro recorte na pesquisa: quais foram as fontes utilizadas pelos jornalistas para a construção desses textos? Alsina (2009, p. 162) acredita que “O elo entre acontecimento-fonte-notícia é básico para a construção da realidade jornalística”.

Das cinco reportagens analisadas, duas tiveram impacto suficiente para serem publicadas em uma editoria chamada ‘Reportagem Especial’. Para esse espaço migram os assuntos mais importantes de cada edição. Os outros três casos foram publicados na editoria de Polícia, uma das maiores, em termos de páginas do jornal.

A primeira reportagem traz como manchete de capa: “Jovem é assassinada e mortes de mulheres este ano passam de 100”. Foi publicada no dia 10 de outubro de 2017, terça-feira, tendo ocupado duas páginas, além da capa, e foi reportagem especial. A manchete faz menção a uma jovem assassinada por seu companheiro.



Capa da reportagem.

No decorrer da matéria a reportagem relembra outros casos de mortes de mulheres e todos são tratados como homicídios. Como fontes, os jornalistas responsáveis por apurarem a reportagem ouviram um vizinho da vítima, um amigo do acusado, um jovem, o avô da vítima e completaram a reportagem com duas frases da mãe da vítima. De antemão podemos observar que mesmo sendo a mulher o assunto principal, as fontes utilizadas em sua maioria são homens sendo usadas para construção de um discurso machista. Segundo a classificação de Lage (2003) todas as fontes utilizadas na reportagem são testemunhais. O jornal cede um espaço maior para que homens deem sua versão dos fatos e pouco explora a visão da mãe da vítima. Destaca-se o espaço dado para o amigo do acusado que relata como era o relacionamento da vítima e seu assassino, que nada acrescenta na matéria e só é usado como uma maneira de culpabilizar a mulher.

O segundo caso analisado também foi manchete de capa e reportagem especial: “Universitário sequestra e mata advogada por ciúme”. Foi veiculado no dia 26 de agosto de 2017, sábado, tendo ocupado três páginas, além da capa.



Capa da reportagem.

As fontes ouvidas nessa reportagem foram um delegado, o cunhado da vítima e PM, padrasto da vítima e pastor, uma amiga, uma advogada da OAB, outro delegado, uma delegada, um desembargador e uma juíza. A maioria das fontes usadas é oficial que de acordo com Lage (2003, p. 63), “são aquelas mantidas pelo Estado; por instituições que preservam algum poder de Estado, como as juntas comerciais e cartórios de ofício; e por empresas e organizações como sindicatos, associações, fundações etc”. Na referida reportagem somente três mulheres são classificadas desta forma e o restante são homens.

Nesta matéria especificamente os homens são ouvidos como fontes autorizadas enquanto mulheres são testemunhais, ou seja, um familiar ou amigo próximo à vítima. Essas fontes demonstram a construção do poder masculino, na qual o homem ganha espaço e credibilidade para falar de um assunto que é ligado a mulher, enquanto as fontes femininas são usadas somente para sentimentalizar a matéria, quando usadas de forma oficial, as citações dessas mulheres são levadas para o lado sentimental, sobre como elas se sentem em relação ao caso, mesmo se tratando, como exemplo, da desembargadora.

As próximas três matérias analisadas são da editoria de Polícia. A primeira foi publicada no dia 25 de agosto de 2017, sexta-feira e ocupou uma página: “Universitária é morta pelo ex por se recusar a dar dinheiro”. Somente uma fonte foi utilizada nesta reportagem, um delegado que não teve seu nome revelado, que é uma fonte oficial.



Reportagem veiculada.

Ao final desta matéria o repórter cita que o acusado vai responder pelo crime de feminicídio. Única vez que esta palavra foi utilizada nos cinco textos analisados. O delegado é ouvido para que dê mais detalhes sobre o crime e ele somente relata a versão do acusado sobre as razões do assassinato. A construção dessa matéria é pela visão do assassino da mulher, tudo citado através do delegado não identificado.

A segunda matéria analisada foi publicada no dia 17 de abril de 2017, segunda-feira, ocupando uma página na editoria de Polícia: “Técnica em enfermagem é morta por ciúmes”. As fontes utilizadas foram uma vizinha e um familiar não identificado.



Reportagem veiculada.

Novamente, a fonte feminina é uma testemunhal, sendo familiar da vítima que não quis ser identificada e é usada para, de certa forma, desqualificar a mulher assassinada. É citado pela fonte que a vítima tinha problemas de transtorno de personalidade, chegando a ficar internada. Já a vizinha é utilizada para informar que a vítima já sabia dos riscos ao se relacionar com o acusado. Há nesta matéria duas coisas que são comuns em casos de feminicídios veiculados: a depreciação da imagem da mulher e o aviso que ela já sabia o que poderia acontecer.

Quando um jornal escolhe se posicionar desta forma, ele repete um discurso machista de que a mulher é a culpada de sua própria morte. Na matéria em questão, A Tribuna usa da fala de duas mulheres para construir um texto que não visa ser um serviço para a sociedade, ao contrário, é um desserviço, perpetuando a cultura de culpabilização da mulher. A utilização de fontes para depreciar a vítima é, infelizmente, recorrente em casos publicados de feminicídio.

A última reportagem analisada foi publicada no dia 22 de abril de 2017, sábado. O título da matéria utiliza a citação da mãe da vítima “Não tem como perdoar o que ele fez com minha filha”. As fontes são a mãe, o acusado, o delegado, e um homem sem identificação.



Reportagem veiculada.

A matéria traz em um box um depoimento do assassino no qual ele tem a oportunidade de se defender e contar a sua versão do fato e utiliza disso para sensibilizar o leitor. Há também um parágrafo em que o delegado relata que foi emocionante assistir ao acusado se despedir do filho que tinha com a vítima. Muito espaço é dado nessa reportagem para o assassino, como forma dele se defender e quando o jornal tem a oportunidade de contar a versão da vítima através de sua mãe, ela é usada como instrumento para sentimentalizar o leitor.

Essa reportagem específica é construída dessa forma, desde o título que traz uma citação de dor da mãe até o relato do homem sem identificação, que diz sobre como se sentiu ao saber do assassinato. O jornal novamente não usa seu espaço para trazer uma especialista que explique as raízes do feminicídio ou da violência contra a mulher. Quando usada uma fonte oficial, é um homem citando somente a versão do assassino, como uma forma de defesa do mesmo, enquanto a vítima é apagada pela fala desses homens.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao divulgar casos de feminicídios sem nomear o tipo de crime, ou nomeá-los como homicídios, o jornal analisado presta um desserviço à causa feminista. Ele reforça um discurso machista que em nada colabora com a mudança do ambiente social. Pelo contrário, reforça um discurso ultrapassado que sequer tem amparo na lei, uma vez que desde 2015 a lei 13.104/15, qualifica como feminicídio o crime de homicídio, quando praticado em função do gênero, incluindo-o no rol dos crimes hediondos (Art. 1º da Lei nº 8.072, de 25 de julho de 1990).

Ao optar por ouvir a maioria das fontes do gênero masculino para dar credibilidade aos textos, e às do gênero feminino como fontes testemunhais, explorando suas falas emotivas, os jornalistas que durante o recorte da pesquisa relataram casos de feminicídio não se ateram ao seu papel social de “construtores da realidade”, palavras emprestadas de

Alsina (2009), para ao menos tentarem modificar o ambiente social para o qual escreveram. Pelo contrário, ao não nomearem os casos de violência contra a mulher em função de gênero, acabaram reforçando um discurso machista e colaboraram para a perpetuação do patriarcado.

Segundo Geysa Ribeiro (2017, p.154) ao apenas relatar fatos que violam os direitos básicos das mulheres sem contextualizar essa prática, os jornais acabam dando pouca relevância a esse problema social. É possível perceber como a mulher perde espaço para homens mesmo diante de situações onde elas deveriam ter mais destaque, visto que feminicídio é um problema social que atinge diretamente as mulheres. Quando utilizadas, as falas femininas ou trazem apelo emocional ao texto, repetindo um discurso que as priva de racionalidade, ou introduzem ideias que corroboram com o status quo, atenuando a linha que deveria separar vítima e culpado.

REFERÊNCIAS

ADICHIE, Chimamanda Ngozi. **Sejam todos feministas**. São Paulo: Companhia das Letras, 2015.

ACAYABA, C.; REIS, T. **Mais de 500 mulheres são vítimas de agressão física a cada hora no Brasil, aponta Datafolha**. São Paulo: G1, 2017. Disponível em: <<https://g1.globo.com/sao-paulo/noticia/mais-de-500-mulheres-sao-vitimas-de-agressao-fisica-a-cada-hora-no-brasil-aponta-datafolha.ghtml>>. Acesso em: 22 Jun. 2019

BOURDIEU, Pierre. **A dominação masculina**: Tradução de Maria Helena Kühner. 4 ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2005.

BUITONI, Dulcília. **Imprensa feminina**. São Paulo: Ática, 1990

CALVI, P. **Casos de feminicídios aumentam no Espírito Santo**: CDHM pede informações ao governo capixaba. Câmara dos Deputados, 2019. Disponível em: <<https://www2.camara.leg.br/atividade-legislativa/comissoes/comissoes-permanentes/cdhm/noticias/casos-de-femicidio-aumentam-no-espirito-santo-cdhm-pede-informacoes-ao-governo-capixaba>>. Acesso em: 15 Jun. 2019.

CRUZ, K. O. A. R. **Até que a morte nos separe**: Uma análise sobre o feminicídio no município de Vitória, ES. Vitória: Ufes, 2017. Disponível em: <<http://ojs2.ufes.br/scs/article/viewFile/18389/12350>>. Acesso em: 30 Jun. 2019.

DRUMONT, Mary Pimentel. **Elementos para uma análise do machismo**. In: Perspectivas, São Paulo, 3: 81-85, 1980

GOMES, C. A.; BATISTA, M. F. **Femicídio**: Paradigmas para análise da violência de gênero com apontamentos à Lei Maria da Penha. Unisul, 2015. Disponível em: <http://www.unisul.br/wps/wcm/connect/57571c15-0bd8-498c-baca-599dde5e74cf/artigo_gtdir_claudia-mirela_vii-spi.pdf?MOD=AJPERES>. Acesso em: 30 Jun. 2019.

HOOKS, Bell. **O feminismo é para todo mundo**: políticas arrebatadoras. 4. ed. Rio de Janeiro: Rosa dos Tempos, 2019.

KRAUZER, J.C.S.N. **Feminicídio: uma análise do jornal A Tribuna**. 2018, 97 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Jornalismo) – Centro Universitário Faesa, Vitória, 2018. [Orientador: MsC. Emília Manente].

KOTSCHO, Ricardo. **A prática da reportagem**. São Paulo: Ática, 2003.

LAGE, Nilson. **Teoria e técnica do texto jornalístico**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

LAGE, Nilson. **A reportagem: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística**. 3.ed. Rio de Janeiro: Record, 2003.

MEDINA, Cremilda de Araújo. **Entrevista: o diálogo possível**. 4.ed. São Paulo: Ática, 2002.

MENEGHEL, Stela Nazareth; PORTELLA, Ana Paula. **Feminicídios: conceitos, tipos e cenários**.

Artigo, [S.L], fev. 2017. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/csc/v22n9/1413-8123-csc-22-09-3077.pdf>>. Acesso em: 04 jun. 2019.

PENA, F. **Teoria do Jornalismo**. 3. ed. São Paulo: Contexto, 2017.

PINTO, Céli Regina. **Uma história do feminismo no brasil**. [S.L.]: Fundação Perseu Abramo, 2004.

PLANALTO, Presidência da república casa civil subchefia para assuntos jurídicos. **Casa Civil**, [S.L], jan./set. 2018. Disponível em: <>. Acesso em: 05 jun. 2019.

SILVA, Márcia Veiga da. **Masculino, o gênero do jornalismo**. Um estudo sobre os modos de produção das notícias. Dissertação de Mestrado apresentado à Universidade Federal do Rio Grande do Sul. 2010. Disponível em: <https://lume.ufrgs.br/handle/10183/25629> Acesso em: 3 Jul. 2019.

SODRÉ, Muniz; FERRARI, Maria Helena. **Técnica de reportagem: notas sobre a narrativa jornalística**. 5. ed. São Paulo: Summus, 1986.

RODRIGO ALSINA, Miquel. **A construção da notícia**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo**, porque as notícias são como são. Florianópolis: Insular, 2004.

WOLF, M. **Teorias das comunicações de massa**. 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2005.

COMUNICAÇÃO E IGREJA CATÓLICA: PROPOSTA DE CRITÉRIOS DE NOTICIABILIDADE NO DESENVOLVIMENTO DE PAUTAS RELIGIOSAS

Data de aceite: 04/07/2022

Data de submissão: 21/05/2022

Elisa Ferreira Roseira Leonardi

Universidade Estadual do Centro-Oeste -
Unicentro
Guarapuava – Paraná
<http://lattes.cnpq.br/6403866931101989>

RESUMO: Este trabalho é uma proposta de critérios de noticiabilidade como parâmetros de seleção de assuntos em pautas religiosas católicas. A investigação é fundamentada nos conceitos teóricos sobre o processo da cadeia de produção da notícia, com mais especificidade nos atributos da informação jornalística e o arbítrio de seleção dos temas a serem divulgados pelo profissional da comunicação. A proposição também é alicerçada nos fundamentos teóricos que se encontram no campo comum da interdisciplinaridade da comunicação e da teologia. A perspectiva adotada neste trabalho para a compreensão dos fenômenos teológicos se dá a partir do aporte teórico sob o prisma da religião católica, ou seja, os teólogos sistemáticos e dogmáticos e os documentos católicos.

PALAVRAS-CHAVE: Jornalismo religioso. Comunicação e Teologia. Igreja Católica e Comunicação.

COMMUNICATION AND CATHOLIC CHURCH: PROPOSAL OF NEWS CRITERIA IN THE DEVELOPMENT OF RELIGIOUS JOURNALISTIC AGENDA

ABSTRACT: This study is a proposal of newsworthiness criteria as parameters for selecting subjects in Catholic religious agendas. The investigation is grounded on theoretical concepts about the process of the news production chain, with more specificity in the attributes of journalistic information and the choice of topics to be disseminated by the communication professional. The proposition is grounded on theoretical foundations that are found in the common field of interdisciplinary in communication and theology. The perspective adopted in this work for the understanding of theological phenomena is grounded on the theoretical contribution from the perspective of the Catholic religion, in other words, the systematic and dogmatic theologians and Catholic documents.

KEYWORDS: Religious journalism. Communication and Theology. Catholic Church and Communication.

1 | INTRODUÇÃO

A Igreja Católica nasceu no Calvário¹ e tornou-se missão em Pentecostes², quando Cristo exortou seus apóstolos a disseminar o Evangelho. Muitas formas de transmitir os valores cristãos foram experienciadas pela

¹ Calvário é uma colina na Judeia, onde hoje fica a Cisjordânia. É o local onde crucificaram Jesus.

² Pentecostes é a festa católica que celebra a aparição de Jesus aos apóstolos e à sua mãe, e também a descida do Espírito Santo sobre eles.

Igreja Católica. A instituição sempre teve especial atenção a esse processo, que se tornou particularmente singular a partir do evento da comunicação de massa.

Este estudo é uma proposta de reflexão sobre os assuntos das pautas religiosas e traz uma proposição de critérios de noticiabilidade para a seleção dos assuntos a serem abordados em veículos confessionais católicos. Como recorte temático, a proposição funda-se na missão da Igreja Católica, ou seja a Evangelização, como referência à problemática. O argumento se deve ao motivo do surgimento da Igreja Católica, ou seja, ela foi fundada por Cristo a serviço do Reino de Deus, e para isso, sua função é disseminar a boa nova de que Jesus é o Deus Filho que encarnou-se, morreu e ressuscitou pela redenção de todos.

O recorte temporal desta pesquisa é o período pós Concílio Vaticano II, porque foi a partir disso que as preocupações em difundir o Evangelho pelos meios de comunicação de massa se intensificaram de maneira especial. Como corpus desta investigação, optou-se por estudar os documentos pontifícios, mais especificamente as Encíclicas Papais, que tratam de conteúdos referentes à missão da igreja.

Para dar cabo do objetivo, o estudo parte do delineamento das esferas da comunicação e a teologia, as duas disciplinas que aportam a atividade da informação católica. O fazer teológico só é possível a partir da comunicação de Deus, ou seja da revelação divina (FISICHELLA, 2002). A teologia em perspectiva comunicacional e a comunicação em perspectiva teológica é o tema do primeiro item deste ensaio.

A investigação a partir do enfoque comunicacional é fundamento para o conhecimento teológico, ou seja, é por meio da manifestação de Deus que é possível o estudo e o entendimento dos objetos teológicos. Como manifestação de Deus, este ensaio compreende os conceitos propostos pela Igreja Católica. Isso significa que a perspectiva adotada neste estudo para a compreensão dos fenômenos teológicos se dá a partir do aporte teórico que alicerça o saber científico sob o prisma da religião católica, ou seja, os teólogos sistemáticos e dogmáticos e os documentos católicos, como o Código de Direito Canônico, o Catecismo da Igreja Católica e os pronunciamentos oficiais pontifícios, além da Bíblia Católica, considerada como mais uma manifestação de Deus.

Diante disso, esta investigação estabelece um breve olhar para os eventos bíblicos sobre a comunicação de Deus, como base para o entendimento do contexto e do conteúdo da mensagem católica que se quer divulgar nas pautas religiosas. Após essa exegese que objetiva instituir subsídios na compreensão do querigma católico, passa-se às ponderações de como a Igreja Católica vem empreendendo as atividades de propagação e divulgação de sua mensagem, a partir da observação da preocupação dos responsáveis eclesiais católicos com evangelização diante da evolução dos meios de comunicação. Nesse processo, este estudo busca olhar para os documentos pontifícios que tratam de todas as questões envolvidas nas atividades de anunciar o Evangelho pelos meios de comunicação de massa, seja os que exortam essas ações, quanto os que alertam para os cuidados e o zelo desse exercício. Este tópico é refletido a partir do segundo ponto deste trabalho: a

comunicação da Igreja Católica: os meios e a mensagem de evangelização.

A atenção do terceiro ponto deste estudo é sobre a necessidade de discernimento, por parte do jornalista religioso, ao realizar a atividade profissional em todas as suas funções, mas ainda mais especificamente como pauteiro. A evangelização e a necessidade de circunspeção na seleção das pautas é o assunto deste tópico.

Simultaneamente ao processo de conhecimento e aprofundamento sobre as questões da divulgação de assuntos religiosos, mostrou-se imperativa a necessidade da pesquisa sobre a cadeia de produção da notícia, com mais especificidade nos atributos da informação jornalística e o arbítrio de seleção do profissional da comunicação no momento da publicação. Como embasamento teórico sobre os critérios de noticiabilidade em pautas jornalísticas, este estudo debruçou-se em autores como Marcos Paulo Silva, Jorge Pedro Sousa e Gislene Silva, entre outros. Este é o conteúdo do quarto item desta pesquisa: critérios de noticiabilidade: os atributos da notícia e o arbítrio do jornalista. A partir do desenvolvimento dessa base teórica, passou-se à experimentação da aplicabilidade do referencial conceitual nos aspectos noticiosos do jornalismo religioso.

Como efeito desse percurso científico, foi possível debruçar-se nas questões relacionadas aos recortes antepostos a esta investigação, a partir do quinto tópico: os pronunciamentos da Santa Sé como material de fundamento da noticiabilidade de pautas religiosas. Desta forma, pormenorizou-se as motivações para a escolha dos documentos pontifícios como corpus deste trabalho. Os pronunciamentos oficiais da Santa Sé foram comentados, classificados e elencados, sendo separados os eleitos para compor o recorte a ser disposto no cruzamento com a problemática proposta neste estudo.

Para concluir, os últimos tópicos deste ensaio mergulham o olhar sobre a problematização da missão da Igreja Católica e as Encíclicas Papais e ainda sobre como esses recortes temáticos arrimam o problema desta pesquisa, ou seja, a proposta de parâmetros como critérios de noticiabilidade de pautas católicas.

2 | COMUNICAÇÃO E IGREJA CATÓLICA: TEOLOGIA EM PERSPECTIVA COMUNICACIONAL E COMUNICAÇÃO EM PERSPECTIVA TEOLOGAL

A comunicação tem lugar excelso no saber teológico. É por meio dela que se pode perceber a manifestação divina, ou seja, é a partir do estabelecimento do diálogo de Deus com os homens que foi possível a compreensão da manifestação do Senhor. Desta maneira, a comunicação é base para se alcançar cientificidade dos fatos e a garantia de transmissão das ideias e avanços científicos, assim como em muitas outras das áreas de conhecimento. A teologia, bem como a filosofia, estuda os fenômenos como um todo. A investigação da filosofia se dá a partir da razão e a da teologia tem como respaldo a manifestação divina.

É difícil imaginar a teologia sem a comunicação, se partimos do seguinte pressuposto: ora, se a primeira ciência intenta investigar Deus e suas relações com o

homem e o universo, isso não seria possível sem a comunicação, já que a teologia admite que o conhecimento de Deus só se tornou viável a partir de sua revelação.

La teologia è una scienza e in quanto tale essa implica in un linguaggio ed un parlare scientifici, razionali e sistematici. Questi ultimi termini possono apparire troppo rigorosi, quasi azzardati, per un discorso su Dio. Eppure, il parlare su Dio, è un parlare possibile poichè Dio stesso si è fatto conoscere dagli uomini, si è rivelato entrando in relazione con loro (POLLI e CARDINALI, 1998, p. 10)³.

É a partir do enfoque comunicacional que são investigadas as manifestações do divino, porque é a partir de sua materialização que a teologia busca seu objeto de estudo. A abordagem comunicacional é a base para o saber teológico sistemático e para a padronização da sua linguagem científica, ou seja, é a partir da revelação de Deus, que quis se manifestar à humanidade, que são interpretados os objetos teológicos.

La condizione di possibilità del linguaggio teológico è determinata dalla rivelazione di Dio [...] se la teologia può dire Dio è Dio, è perché Dio há detto di sé. Ciò significa che in un linguaggio umano è stata impressa, una volta per tutte, la forma attraverso la quale Dio ha comunicato con l'umanità. L'individuazione di questa forma implica il suo riconoscimento come norma di ogni ulteriore linguaggio originario che voglia dire il mistero di Dio. [...] La rivelazione di Dio è il fondamento di ogni sapere teológico⁴ (FISICHELLA, 2002, p. 640)².

Para a teologia, a comunicação sempre esteve intrínseca na constituição processual da manifestação e do conhecimento de Deus. Entre as tantas circunstâncias perscrutadas pela ciência que são referências da revelação divina estão a Aliança com Moisés e o povo eleito no Monte Sinai (Ex 31,18); a natividade de Jesus Cristo, quando Deus se fez homem para comunicar-se em gestos, imagem e linguagem humana (Lc 2,11); e Pentecostes, quando o Espírito se dá a conhecer, iniciando o tempo da igreja (Jo 20,22). A partir disso, os apóstolos e toda a comunidade cristã foram chamados a anunciar o que vivenciaram. O encontro pessoal com Cristo que presenciaram os fizeram compreender a transcendência da mensagem de Jesus como redentor da humanidade.

O significado de Jesus como o Cristo é seu ser, e os elementos profético, sacerdotal e régio nele são consequências imediatas de seu ser (além de várias outras) [...] Jesus como o Cristo é o salvador através de seu significado universal de seu ser como o novo ser (TILLICH, 2005, p. 421).

Essa mensagem de boa nova, como foi chamada, também foi desígnio de

3 A teologia é uma ciência, e como tal, implica em uma linguagem científica, racional e sistemática. Estes últimos termos podem parecer muito rigorosos, e até imprudentes, para um discurso sobre Deus. De fato, só é possível falar sobre Deus porque Ele mesmo se fez conhecer. Ele se revelou quando entrou em relação com os homens. (Tradução livre desta autora).

4 ² É a revelação de Deus que determinou as condições de possibilidades da linguagem teológica. Se a teologia pode afirmar que Deus é Deus, é porque Deus falou sobre si. Isto aponta como Deus se comunicou com a humanidade, na própria perspectiva humana. A singularidade desta forma mostra seu reconhecimento como padrões de sucessivas linguagens que querem explicar o mistério de Deus. A revelação de Deus é o fundamento de todo saber teológico. (Tradução livre desta autora).

comunicação. Os apóstolos e amigos de Jesus a repassavam a todas as pessoas, assim como o próprio Cristo os exortou. Assim eram as primeiras comunidades cristãs. As pessoas eram unidas pelo mesmo ideal de fraternidade, nutriam a fé inabalável de que seriam conduzidos à vida eterna por Cristo, viviam em grupos, dividindo tudo o que consumiam, e eram perseguidos e torturados até a morte por causa de sua crença. Contudo, devotavam suas vidas para difundir sua fé.

Um rápido exame dos primórdios da Igreja demonstra que seu conceito de comunicação estava centrado na comunidade. Esta, composta pelos primeiros fiéis cristãos, era por si só um instrumento de comunicação. A comunidade acreditava que, através do testemunho de fraternidade entre seus membros, a fé poderia espalhar-se amplamente entre os outros (PUNTEL, 2005, p. 117).

É a revelação de Deus que possibilita a percepção sobre a natureza de Jesus. O tempo litúrgico propõe a rememoração de passagens bíblicas a cada celebração eucarística de uma forma estruturada para o seguimento do mistério de Deus. Inicia no ciclo do Natal, que conduz à revelação de Deus sobre seu Filho. O dia do nascimento de Cristo é a rememoração da encarnação, do Verbo que se fez carne (Cf. Jo 1, 14). Na semana seguinte, o tempo litúrgico apresenta a Epifania, ou seja, a manifestação de Deus apontando seu mistério. Quando os reis magos estavam procurando o menino recém-nascido, foi uma estrela muito brilhante que os guiou até o local (Cf. Mt 2, 9-11) Sequencialmente na outra semana se comemora o Batismo do Senhor, que é a revelação de Deus sobre a natureza de Jesus. João Batista batizou Jesus e, nessa mesma hora ouviu-se uma voz que revelava que Ele é o Filho amado do Pai (Cf. Mt 3,17). Todos esses episódios são comunicação, ou seja, o estabelecimento de um diálogo de Deus com o homem. Esses três momentos, a encarnação, a manifestação e a revelação de que Jesus é o Deus Filho que se fez homem para entrar na história da humanidade, são o início da boa nova, que tem seu ápice na morte e ressurreição de Cristo.

O anúncio da boa nova, de que Jesus é o Deus encarnado e salvador da humanidade, é ministério da igreja católica, no que tange a teologia querigmática. A igreja católica nasceu no Calvário, quando Cristo morreu na cruz pelos pecados da humanidade. Na sequência, ela torna-se missão, quando Jesus, depois de ascender ao céu, apareceu aos primeiros discípulos e, soprando sobre eles o Espírito Santo, enviou-os para anunciar a boa nova (Cf. Jo 20, 21-23). Quando Cristo enviou seus apóstolos para anunciar a boa nova, conferiu à igreja católica a missão de evangelizar.

A mensagem que Cristo é Deus que se encarnou para trazer a salvação ao mundo vem sendo disseminada desde o advento de pentecostes. A igreja sempre teve desempenho precursor, ao difundir seu querigma⁵. As primeiras comunidades utilizavam a comunicação interpessoal, de forma muito exitosa, através de cartas⁶. Elas utilizavam a comunicação

5 Querigma é compreendido como a revelação do mistério divino, que é o cerne da mensagem cristã, o centro da fé católica, e deve ser anunciada.

6 As cartas eram uma maneira de comunicação entre as primeiras comunidades cristãs. Algumas delas compõem o

visual, por meio dos símbolos iconográficos, com os ícones nas catacumbas ou nas portas das casas dos cristãos, quando não podiam ser descobertos por seus perseguidores. Os sermões dos padres eram formas efetivas de comunicação oral divulgação da doutrina eclesial. O inventor da tipografia móvel foi o padre alemão Johannes Gutemberg. A Bíblia, que foi o primeiro livro impresso, também foi traduzido para diversas línguas e difundida para muitas culturas. Além disso, a comunicação visual, já utilizada com tanta sagacidade na época da iconografia das primeiras comunidades cristãs, também foi muito forte na Renascença, com as obras de arte sacras. A Igreja Católica mostrou grande desenvolvimento no cenário comunicacional durante esses períodos.

Entretanto, há cerca de cento e cinquenta anos, conforme Robert White, as formas de espiritualidade na Igreja Católica vêm se transformando de uma forma mais singular, justamente em virtude da ascensão das mídias de massa e pela maneira de como a comunicação está intrínseca à religião.

Christianity is preeminently a religion of communication, placing central emphasis on a divine revelation, on the Incarnation and a Church that is continually becoming incarnate in different cultures, on the mandate of proclaiming the Word of God, on the formal ecclesial community as the context of Faith development, on the key role of written scriptures, and on the teaching of a tradition to succeeding generations. The vitality of the Church has depended very much on adapting its gospel witness to the foros of communication of a particular era (WHITE, online, p. 4).⁷

Hoje, a Igreja Católica trabalha arduamente para assimilar as dinâmicas alterações situacionais que a comunicação apresenta. A instituição parece ainda precisar adaptar-se a este novo conceito de comunicação, de relacionamento, de interatividade, de cultura.

Certamente, são muitas as questões a serem afrontadas nesta nova era das comunicações. Aos cristãos, especialmente aos que se dedicam à evangelização, apresenta-se o desafio de uma missão única e especial de enfrentar a mudança dos paradigmas de comunicação do século XXI. (PUNTEL, 2005, p. 141).

A Igreja é a mesma. O quereigma também continua sendo igual. Em contrapartida, a comunicação traz seus elementos todos redefinidos. É notável a preocupação dos responsáveis eclesiais católicos com evangelização diante da evolução dos meios de comunicação. A partir do Concílio Vaticano II (1961 a 1965), a instituição passou a emitir orientações sobre como utilizar os meios de comunicação e conviver com a sociedade imersa nesse contexto. O Papa João XXIII convocou o Concílio Vaticano II por meio

Novo Testamento da Bíblia Sagrada. A maioria das cartas foram escritas pelo apóstolo Paulo e trazem conteúdos e instruções teológicas da doutrina católica como o mistério de Deus, o plano divino de salvação, o governo da igreja, a prática do culto, entre outros.

⁷ O cristianismo é preeminentemente uma religião da comunicação, colocando ênfase central em uma revelação divina, na Encarnação e em uma Igreja que está constantemente se encarnando em diferentes culturas, no mandato de proclamar a Palavra de Deus, na comunidade eclesial formal como o contexto do desenvolvimento da fé, sobre o papel fundamental das escrituras e sobre o ensino de uma tradição para as gerações seguintes. A vitalidade da Igreja dependeu muito da adaptação de seu testemunho do evangelho aos foros de comunicação de uma época específica (Tradução livre desta autora).

da Constituição Apostólica *Humanae Salutis*, e lançou três questões basilares a serem tratadas no encontro conciliar. João XXII pediu que se levasse em conta a necessidade da igreja em buscar novos métodos para anunciar a mesma substância de seu querigma ao homem moderno. O Papa também ponderou sobre a premência de abertura da igreja aos tempos e da imprescindibilidade de diálogo, de ser uma cidade aberta ao mundo. E ainda, destacou a importância de superar as divisões e caminhar na estrada da unidade cristã.

*Il prossimo Concilio dunque si celebra felicemente in un momento in cui la Chiesa avverte più vivo il desiderio di irrobustire la sua fede con forze nuove e di rimirarsi nella stupenda immagine della propria unità; come pure sente più pressantemente di essere vincolata dal dovere non solo di rendere più efficace la sua salutare energia e promuovere la santità dei suoi figli, ma anche di portare incremento alla diffusione della verità cristiana e al miglioramento delle sue strutture*⁸ (JOÃO XXIII, 1961, online).

O Concílio Vaticano II dedicou um de seus nove decretos à temática da comunicação e chamou de *Inter Mirifica*, ou seja, entre maravilhosas invenções técnicas para comunicar facilmente, aos meios que, “podem atingir e mover não só cada um dos homens mas também as multidões e toda a sociedade humana, como a imprensa, o cinema, a rádio, a televisão e outros” (CONCÍLIO ECUMÊNICO VATICANO II, 1966, p. 1).

3 | COMUNICAÇÃO DA IGREJA CATÓLICA: OS MEIOS E A MENSAGEM DE EVANGELIZAÇÃO

O advento da comunicação de massa despertou na igreja católica a preocupação de ampliar e adaptar sua missão de evangelização, também por esses meios que atingem um público numeroso. A partir do Concílio Vaticano II, a Igreja Católica revelou a preocupação de utilizar-se desses meios como instrumentos de evangelização, exaradas nos Decretos Conciliares emitidos pelo Papa Paulo VI *Ad Gentes* (Para as Nações), sobre a atividade missionária da igreja, e *Inter Mirifica* (Entre Maravilhas), sobre a Comunicação Social.

Ad Gentes foi promulgado 7 de dezembro de 1965 e reafirma a natureza missionária da igreja, reconhecendo a essencialidade dessa atividade nas palavras de Jesus Cristo quando convoca seus discípulos a irem “pelo mundo inteiro e anunciai a Boa Nova a toda criatura” (Cf. Mc 16,15). O documento afirma que a forma basilar e substancial de implantação da igreja é a pregação do Evangelho, para a qual Jesus chama cada um, constituindo um povo congregado em unidade.

A missão da Igreja realiza-se pois, mediante a actividade pela qual, obedecendo ao mandamento de Cristo e movida pela graça e pela caridade do Espírito Santo, ela se torna actual e plenamente presente a todos os homens ou povos para os conduzir à fé, liberdade e paz de Cristo, não só pelo

⁸ O próximo Concílio é, portanto, comemorado com alegria em um momento em que a Igreja sente mais fortemente o desejo de fortalecer sua fé com novas forças e de se olhar à imagem estupenda de sua unidade; além de sentir-se mais premente por estar vinculado ao dever, não apenas de tornar sua energia saudável mais eficaz e promover a santidade de seus filhos, mas também de aumentar a disseminação da verdade cristã e a melhoria de suas estruturas (Tradução livre desta autora).

exemplo de vida e pela pregação mas também pelos sacramentos e pelos restantes meios da graça, de tal forma que lhes fique bem aberto caminho livre e seguro para participarem plenamente no mistério de Cristo (CONCÍLIO ECUMÊNICO VATICANO II, 1965, p. 5).

Inter Mirifica, publicado em 4 de dezembro de 1966, enaltece os meios de comunicação social como ajuda valiosa na propagação do Reino de Deus, desde que utilizados da forma correta para isso. Como mais um recurso de reflexão e orientação dos católicos a utilizar retamente os meios de comunicação, o Concílio implementou, a partir do Inter Mirifica, o Dia Mundial das Comunicações, a ser celebrado em todas as dioceses do mundo. Desde então, a cada ano, o Papa lança uma temática relacionada aos processos comunicacionais a ser refletida em âmbito mundial. Ou, como já antevia o Papa Paulo VI, ao pronunciar-se por ocasião do Primeiro Dia Mundial das Comunicações Sociais, em 7 de maio de 1967, como refletir e usar os meios como ferramentas evangelizadoras.

Renovamos, portanto, com ânimo paterno, o nosso urgente convite aos beneméritos profissionais do mundo das comunicações sociais — e especialmente a todos os que, entre eles, se gloriam do nome cristão — para que levem o seu “testemunho a serviço da ‘Palavra’ que, em todas as suas expressões criadas, deve ser eco fiel da Palavra eterna, o Verbo do Pai, a Luz das mentes, a Verdade que tanto nos sublima (PAULO VI, 1967, online).

Essa preocupação era já embrionária antes do Concílio. A encíclica *Miranda Prorsus*, do Papa Pio XII, alertava os fiéis que a Igreja Católica necessitava preocupar-se mais com os meios de comunicação de massa na divulgação do Evangelho (PIO XII, 1957). Assim, há 60 anos, foi implantada a pastoral da comunicação nas igrejas. A partir disso, muitos documentos pontifícios voltados especialmente à temática da comunicação midiática foram publicados. Em 1990, João Paulo II, na encíclica *Redemptoris Missio*, denomina as redes sociais como os “aerópagos” modernos como espaços de evangelização, apropriando-se do nome do local onde o apóstolo Paulo fazia suas pregações na Grécia (JOÃO PAULO II, 1990).

Para incorporar-se a essa nova forma de cultura e pensamento comunicacional e desenvolver com ela seus processos de evangelização, a igreja deve depositar seu olhar em novas formas de fazer comunicação. Desde 1967, os Sumos Pontífices elaboram mensagens sobre os cenários circunstanciais da comunicação eclesial e o contexto social. Estes documentos também são um gênero literário de intervenção nas atividades pastorais da comunicação. Por serem relacionados à Igreja e à sociedade, oferecem diretrizes sobre a comunicação e questões sociais atualizadas. Entre as principais preocupações dos Papas está a utilização dos meios de comunicação como instrumentos de evangelização.

Todas as mensagens papais exaradas, desde o 1º. Dia Mundial das Comunicações Sociais, em 2 de maio de 1967, até o 56º., em 29 de maio de 2022 (no Brasil), apontam para a constatação de que a evangelização é a temática predominante. Das 56 mensagens, 18 delas trazem a proposta de reflexão sobre a utilização dos meios de massa como

dispositivos de anúncio da salvação. Enquanto isso, as demais 38 abordam assuntos como família (7); unidade (5); caridade, paz, juventude, cultura e deveres dos comunicadores (5); e esperança, fake News, educação, mulheres, idosos, liberdade, direitos humanos, valores espirituais e progresso das nações (1). Desde 1990 (advento da Internet), das 32 edições do Dia Mundial das Comunicações Sociais (do 24 até o 56º. ano), dez delas trazem a temática da cultura digital, seja sobre internet, redes sociais, novas tecnologias ou globalização e deste total, sete referem-se aos meios como instrumentos de evangelização.

4 | A EVANGELIZAÇÃO E A NECESSIDADE DE CIRCUNSPECÇÃO NA SELEÇÃO DAS PAUTAS

Destarte, a missão e natureza da igreja católica é fazer resplandecer a verdade do Evangelho, tornando-o conhecido. A igreja católica nasceu no momento que Cristo doou sua vida pela expiação dos pecados da humanidade, ao morrer crucificado.

Mas a Igreja nasceu principalmente do dom total de Cristo pela nossa salvação, antecipado na instituição da Eucaristia e realizado na cruz. “Tal começo e crescimento da Igreja exprimem-nos o sangue e a água que manaram do lado aberto de Jesus crucificado”. Porque “foi do lado de Cristo adormecido na cruz que nasceu o sacramento admirável de toda a Igreja” [...] a Igreja nasceu do coração trespassado de Cristo, morto na cruz. (CATECISMO DA IGREJA CATÓLICA, cân.766).

A igreja católica foi manifestada pelo Espírito Santo, em Pentecostes, como missão para todos. Foi nesse momento que passou-se a conhecer a natureza do catolicismo e seu propósito que é propagar o Evangelho.

Foi então que “a Igreja foi publicamente manifestada diante duma grande multidão” e “teve o seu início a difusão do Evangelho entre os gentios, por meio da pregação” [...] Porque é “convocação” de todos os homens à salvação, a Igreja é, por sua própria natureza, missionária, enviada por Cristo a todas as nações, para de todas fazer discípulos (CATECISMO DA IGREJA CATÓLICA, cân.767).

A difusão do Evangelho e a propagação da crença em Jesus Cristo é confiada à toda a igreja católica. Da mesma maneira, também compete aos católicos guardar o depósito da fé. Atualmente são muitos os meios utilizados pela igreja para esse propósito. Após a especificação dos meios de comunicação como instrumentos de evangelização, a igreja tem disseminado seu querigma de forma bem mais ampla. Exortados pela Carta Apostólica O Rápido Desenvolvimento, promulgado pelo Papa João Paulo II em 2005, os comunicadores católicos são impelidos de propagar o Evangelho pelos meios de comunicação sociais. O Pontífice incentiva os comunicadores eclesiais a não ter receio de utilizar-se dos diversos meios para divulgar a boa nova e de não ter medo da oposição do mundo. O documento apostólico, que é considerado um testamento do Papa aos comunicadores, exorta a “comunicar com a força do Espírito Santo” (João Paulo II, 2005, online).

Diante das especificidades de evangelizar pelos meios de comunicação social, o Papa João Paulo II também dirigiu-se particularmente aos jornalistas. Ao proferir o discurso aos jornalistas da União Católica da Imprensa Italiana, por ocasião do Ano Mundial das Comunicações, promovido pela Organização das Nações Unidas, em 1983, o Pontífice referiu-se ao jornalismo como uma profissão nobre e um ofício que coloca a inteligência a serviço da verdade e do bem, desempenhando uma função de amplo alcance na orientação da população que exige altos dotes de perspicácia e sensibilidade voltados para a beatitude de todos.

Como o Magistério pontifício indicou repetidas vezes nestes decênios, a profissão jornalística deve ser compreendida como “missão” de informação e de formação da opinião pública, em cuja origem se encontra um impulso fortemente interior, que poderíamos chamar vocação. Tal missão, isto é tarefa qualificada, ao mesmo tempo que requer do sujeito um empenho pessoal que mobiliza as suas melhores faculdades, exige por sua natureza exercício para se defender de todo o arbítrio e converge no álveo de um “ministerium”, de um serviço — como se diz de modo vulgar também de algumas prestações jornalísticas — incessantemente vinculado aos critérios da veracidade, objectividade e clareza (João Paulo II, 1983, online).

O jornalista é um profissional com formação voltada para o bem comum. O desenvolvimento de seu trabalho é uma missão, conforme o Papa João Paulo II, em busca da melhoria da sociedade. Para isso, precisa ter discernimento criterioso ao realizar sua função, em todas as atribuições.

5 | CRITÉRIOS DE NOTICIABILIDADE: OS ATRIBUTOS DA NOTÍCIA E O ARBÍTRIO DO JORNALISTA

A cadeia da construção da notícia perpassa por fases de interação do jornalista, onde, em cada uma das instâncias, pode-se agregar a subjetividade do autor. A pauta, que é o primeiro momento da cadeia, é onde nasce a e a posposta de como a notícia será abordada. É ali onde se dispõe a perspectiva do assunto a ser tratado. A reportagem, a redação e a edição das matérias também podem estar imbricadas da parcialidade do jornalista, mas é a pauta quem confere a ela a orientação e o sentido, bem como o tratamento dos fatos e os valores-notícia.

Apesar de todas as transformações que têm ocorrido no campo dos media, as principais tarefas do jornalista ainda estão relacionadas com as suas mais tradicionais funções: selecção e hierarquização de acontecimentos susceptíveis de terem valor como notícia; transformação desses acontecimentos em notícias; difusão das notícias. A selecção é a pedra angular do processo, pois um jornal não pode ser um amontoado não criterioso de todo o tipo de informações (SOUSA, 2005, p 38).

A pauta é o momento de seleccionar as notícias a serem preparadas e divulgadas. É a instância onde os óculos do jornalista farão mais diferença no processo. A construção da agenda de um veículo é o que vai caracterizar a sua linha editorial. As características

de uma mensagem para que seja anteposta às demais são variáveis e subjetivas. Em 1950, David Manning White, após estudos específicos sobre esse assunto, apresentou a teoria de que é o julgamento do jornalista que concebe a atratividade da notícia para ser publicada (SILVA, 2021). White propôs a teoria do Gatekeeping para definir o olhar subjetivo do profissional ao selecionar a notícia a ser propagada, contudo, a definição de White sobre a dinâmica da seleção de notícias não especificava muitas particularidades que poderiam imprimir um caráter de atração dos fatos para serem escolhidos sobre os demais, e assim, Galtung e Ruge foram os primeiros autores, em 1965, a elaborar uma lista de valores-notícia que deveriam preceder a parcialidade do jornalista (SOUSA, 2005).

Os autores enumeraram doze aspectos que seriam como preceitos para tornar uma notícia mais interessante para publicação que outras. Proximidade, momento do acontecimento, significância, proeminência social dos sujeitos envolvidos, proeminência das nações envolvidas, consonância, imprevisibilidade, continuidade, composição e negatividade foram as particularidades que uma notícia pode apresentar para ser mais interessante a sua publicação. O valor-notícia é o atributo que o fato tem para tornar-se noticiável.

Após o pensamento de Galtung e Ruge, outros autores propuseram valores-notícia. São muitos os autores que classificaram e enumeraram os critérios de noticiabilidade, como Michael Schudson, em 1978, Mauro Wolf, em 1987, Nelson Traquina, em 2004, e ainda como os brasileiros Mário Erbolato, em 1978, e Nilson Lage, em 1985.

Depois do estudo pioneiro de Galtung e Ruge, os autores que se dedicaram a este tema geralmente apresentam os critérios de noticiabilidade de um acontecimento sob a forma de uma lista. Dela fazem parte factores como a oportunidade, a proximidade, a actualidade, o provável interesse do público, a importância, o impacto, as consequências e repercussões, o interesse, o conflito ou a controvérsia, a negatividade, a frequência, a dramatização, a crise, o desvio, o sensacionalismo, a emoção, a proeminência das pessoas envolvidas, a novidade, a excentricidade e a singularidade (no sentido de pouco usual) (SOUSA, 2005, p. 11).

Jorge Pedro Sousa fez uma síntese dos autores que propõe critérios de noticiabilidade e ofereceu um quadro de elementos que classifica as singularidades que uma notícia pode apresentar como prerrogativa na divulgação.

A tradução matemática da parte da teoria que diz respeito à construção da notícia é uma função em que N (notícia) é directamente proporcional ao produto das forças atrás citadas - pessoal, sócio-organizacional, extra-organizacional, ideológica, cultural, histórica, do meio físico e dos dispositivos tecnológicos (SOUSA, 2005, p. 12).

O autor baseou seu modelo, além do resultado do apanhado que fez em seus estudos sobre o que os demais autores definiram anteriormente sobre a questão, também em fatores como a decorrência da interação contextual e histórica da notícia. Ele destaca os aspectos das forças de cunho pessoal, social, ideológico e cultural do meios e ainda os

efeitos que exercem nos comportamentos das pessoas. Para além disso, dos principais autores que enumeram os critérios de noticiabilidade, priorizaram como classificação mais relevante as notícias sobre personalidades importantes (SILVA, 2005).

61 OS PRONUNCIAMENTOS DA SANTA SÉ COMO MATERIAL DE FUNDAMENTO DA NOTICIABILIDADE DE PAUTAS RELIGIOSAS

Os autores que classificaram os critérios, que podem atribuir mais atrativos para um fato ser divulgado, entendem a notícia como um processo de formação, perpassando os aspectos da percepção, seleção e estruturação da matéria prima, que é o fato, no produto final. Portanto, assume-se nesta pesquisa a conotação de notícia como uma ação em construção. A partir destas premissas, propõe-se para este estudo a apresentação de critérios de noticiabilidade para as pautas relacionadas ao jornalismo religioso, ou ainda, aos assuntos de teor católico a ser divulgados em veículos confessionais.

Como já apontado nesta investigação, é necessário que o jornalista que trata a pauta religiosa tenha circunspeção na seleção dos temas. O que este trabalho propõe é que o profissional da comunicação estabeleça seus critérios de noticiabilidade ao selecionar os assuntos a serem divulgados a partir de um olhar sistemático e crítico, focado no conteúdo da pauta a ser divulgada. O fundamento para essa circunspeção sugeridos neste ensaio é a missão da igreja, e a estrada a ser trilhada como acesso a esse discernimento seja balizada pelos conteúdos dispostos pela Igreja Católica referentes a esse preceito, como os documentos pontifícios a respeito do assunto e o Catecismo da Igreja Católica, priorizando, obviamente, a Sagrada Escritura.

Entende-se por documentos pontifícios os escritos exarados pela Santa Sé. Todos têm autoridade e requerem obediência e respeito. Porém, há diferenças entre eles, de acordo com o teor de cada um. É importante ressaltar aqui, que este estudo propõe-se a investigar as questões que se apresentam sob a perspectiva dos fundamentos da Igreja Católica, e, de forma mais específica, o que é considerado conhecimento religioso sistemático e dogmático.

Para serem considerados oficiais, os documentos pontifícios devem ser publicados através dos meios formais da Santa Sé, como preceitua o Código de Direito Canônico. “As leis eclesíásticas universais promulgam-se pela publicação no boletim oficial *Acta Apostolicae Sedis*” (CÓDIGO DE DIREITO CANÔNICO, cân. 8). Essas publicações são sempre originalmente no idioma latim e, entre os escritos oficiais estão as Encíclicas Papais, Exortações Apostólicas, Cartas Apostólicas, Constituições Apostólicas, Motu Próprios, Bulas Papais, Breves e Rescritos. Os assuntos tratados nos documentos pontifícios são doutrinárias, governamentais, disciplinares, entre outras questões institucionais eclesíásticas. A autoridade desses escritos está fundamentada por ser a manifestação do Sumo Pontífice ou ao Colégio dos Bispos. Quando o Papa, em seu ofício magisterial,

manifesta-se a respeito de assuntos de fé ou moral, o conteúdo é considerado indefectível.

Desta infalibilidade goza o pontífice romano, chefe do colégio episcopal, por força do seu ofício, quando, na qualidade de pastor e doutor supremo de todos os fiéis, e encarregado de confirmar na fé os seus irmãos, proclama, por um acto definitivo, um ponto de doutrina respeitante à fé ou aos costumes (CATECISMO DA IGREJA CATÓLICA, cân. 891).

Isso não significa que o Papa não erra, mas que ele é infalível em tudo o que ensina quando está falando *ex cátedra*, ou seja, como doutor e pastor supremo da igreja, o Pontífice não comete equívocos em matéria de fé e moral. Para além disso, também são considerados infalíveis os cardeais e bispos que constituem o Colégio dos Bispos, quando estão decidindo ou manifestando-se em comunhão com o Sumo Pontífice, sobre esses mesmos temas.

A infalibilidade prometida à Igreja reside também no corpo dos bispos, quando exerce o seu Magistério supremo em união com o sucessor de Pedro», sobretudo num concílio ecuménico (425) Quando, pelo seu Magistério supremo, a Igreja propõe alguma coisa «para crer como sendo revelada por Deus» (426) como doutrina de Cristo, «deve-se aderir na obediência da fé a tais definições» (427). Esta infalibilidade abarca tudo quanto abarca o depósito da Revelação divina (CATECISMO DA IGREJA CATÓLICA, cân. 891).

Assim, a Igreja Católica considera indefectíveis os argumentos dos documentos pontifícios relacionados à fé e moral. Esses conteúdos devem ser respeitados e acatados por todos os fiéis, ou seja, por todos os “aqueles que, por terem sido incorporados em Cristo pelo baptismo, foram constituídos em povo de Deus” (CÓDIGO DE DIREITO CANÔNICO, cân. 204, §1). E desta forma, os documentos pontifícios devem ser igualmente aprendidos e obedecidos em seu teor, diferenciado em cada categoria, a ser detalhada nos próximos itens.

6.1 Encíclica

A encíclica, de nome original do grego *encyclae*, significa circulatório, ou seja, é uma carta circular emitida pelo Papa a todas as dioceses ou então a algumas determinadas paróquias. O teor da encíclica pode ser de assuntos relacionados à fé, à doutrina, à moral ou aos costumes eclesiais. Por isso, as encíclicas papais podem ser doutrinárias, exortatórias, epístolas ou disciplinares.

De fato, esses ensinamentos são do Magistério ordinário, cujas palavras então se aplicam: “Quem te ouve, me ouve” (*Luc X*, 16); e, em grande parte, o que é proposto e inculcado nas Encíclicas já é patrimônio da doutrina católica por outros motivos. E se os Sumos Pontífices em seus atos proferem deliberadamente uma sentença sobre um assunto até agora controverso, é claro para todos que esta questão, segundo a intenção e vontade dos próprios Pontífices, não pode mais ser objeto de discussão livre entre os teólogos (Pio XII, 1950, online).

Contudo, promulgações dogmáticas não são divulgadas por meio de encíclicas papais. O objetivo desta forma de comunicação papal é garantir a unidade e o caminho da Igreja Católica.

6.2 Exortação Apostólica

Uma exortação apostólica é um documento papal dirigido a determinados grupos de pessoas, como os padres, os jornalistas, os jovens, os professores, os comunicadores, entre outros exemplos, com a finalidade de dialogar com essas classes sobre assuntos diretamente relacionados aos seus universos. O objetivo é transmitir um ensinamento da Igreja Católica em tom de admoestação, ou seja, de exortação, e, por isso, tem a característica de ser menos solene, contudo isso não significa que tem sua importância reduzida. Também é bastante utilizada após a realização de um sínodo, com a intenção de repassar os conteúdos discutidos.

6.3 Carta Apostólica

Dentro desta categoria de documentos pontifícios estão a *Lettera Apostolicae* e a *Epistola Apostolicae*. Isso é, praticamente, uma denominação genérica, já que, do latim, *lettera* e *epistola*, têm quase o mesmo significado. O que diferencia cada um é que a *Epistola Apostolicae* traz temas doutrinários, enquanto que a *Lettera Apostolicae* trata de assuntos ligados ao governo eclesiástico, como a constituição de padroeiros, canonizações ou temas sazonais, como comemorações importantes da Igreja Católica. O termo apostólica refere-se à autoridade do Papa, que fala como sucessor do apóstolo Pedro.

6.4 Motu Próprio

Os textos escritos pelo Sumo Pontífice com a característica de serem de sua própria iniciativa e conhecimento são denominados *Motu Próprio*. É quase uma forma de carta apostólica, porém, esses documentos contém o termo *Motu proprio et certa scientia*, que remete à ideia de ser um escrito por motivos pessoais com conhecimento de causa por parte do Papa, que o elaborou. O *motu próprio* traz normativas da Igreja Católica que o Papa quer tratar com especial tenacidade.

6.5 Constituição Apostólica

A Constituição Apostólica compreende a ação magisterial mais solene por parte do Sumo Pontífice e, por isso, é um documento papal que trata dos negócios da mais alta importância para a Igreja Católica. É a forma primordial do Papa exercer a sua autoridade do magistério petrino⁹. Por meio das constituições apostólicas, o Pontífice promulga leis e trata de assuntos doutrinários, administrativos e disciplinares. As constituições apostólicas

9 O magistério petrino é a denominação dirigida ao Sumo Pontífice, referindo-se ao “*múnus petrinum*”, ou seja, a autoridade outorgada por Jesus ao apóstolo Pedro, de governar a igreja (Cf. Mt 16, 18-19), e é transmitida aos seus sucessores, os papas, que podem exercer o poder ordinário, supremo, pleno, imediato e universal, na Igreja Católica, como regimenta o cânone 331 do Código de Direito Canônico.

podem ser dogmáticas, quando o teor envolve dogmas da igreja, ou disciplinares, quando tem o caráter legislativo de determinações canônicas.

6.6 Bula Papal

A terminologia *bullae*, em latim, significa bola. É a denominação relacionada ao lacre de cera utilizado tempos atrás para selar as cartas enviadas, com o objetivo de assegurar a autenticidade do escrito e o sigilo de seu conteúdo, que só poderia ser acessado após o rompimento do sinete. Desta forma, as bulas papais têm a característica de serem correspondências emitidas pelo Sumo Pontífice que contêm teor específico sempre direcionado a determinadas pessoas, e, portanto, de interesse apenas delas, ou então, documentos de teor geral qualificado como autêntico. Os assuntos tratados em uma bula papal podem ser criações de dioceses, nomeações de cardeais e bispos, convocação de participantes para um sínodo ou concílio, proclamação de jubileus especiais, e até mesmo a proclamação de dogmas, entre outros anúncios e declarações oficiais.

Há ainda, entre os impressos genuínos da Santa Sé os breves e os rescritos. Os breves são quase equivalentes às bulas papais, porém o que os difere é que no primeiro o caráter solene e a profusão do texto são mais amenos e concisos, ou seja, mais abreviados. Contudo, os conteúdos podem manifestar correlatos assuntos. Os rescritos são uma forma de o Sumo Pontífice responder a uma carta, petição ou pergunta escrita. O texto também pode ser de forma abreviada e, deste modo, em algumas vezes, o breve e o rescrito têm a mesma característica e função.

Para além das formas de documentos pontifícios citados, ainda os Papas podem se expressar por meio dos discursos, homilias, mensagens, ângelus e audiências. Todos esses escritos ficam disponíveis no site oficial da Santa Sé.

Em virtude da necessidade de recorte para esta pesquisa, optou-se por eleger as encíclicas papais como corpus deste trabalho. O enfoque ainda delimita a temática a ser observada como balizas para a investigação como sendo a missão da Igreja Católica.

7 | AS ENCÍCLICAS PAPAIS E O TEMA DA MISSÃO DA IGREJA CATÓLICA

Como já detalhado neste estudo, a encíclica é uma das categorias de documentos pontifícios e destaca-se por tratar de assuntos eclesiais de forma solene. É uma comunicação feita pelo Papa para expressar, explicar ou comentar questões importantes sobre a doutrina e os dogmas da Igreja Católica. Os temas são a orientação católica para assuntos que se destacam a partir de efemérides do mundo. As encíclicas papais são endereçadas, na maioria das vezes, ao clero, aos fiéis católicos, mas também a toda a população em geral, já que traz na inscrição a dedicação “a todos os presbíteros e diáconos, às pessoas consagradas, aos fiéis leigos e a todos os homens de boa vontade”. Também por esse motivo foi a opção das encíclicas papais como corpus desse estudo, já que Jesus exortou

seus apóstolos a evangelizar “a toda a criatura” (Cf. Mc 16,15).

As encíclicas, que recebem o nome de suas primeiras palavras, são cartas-circulares pontificis de caráter dogmático ou doutrinário, visando fixar a posição da Igreja, no campo teológico ou social, traçando normas de conduta para os fiéis, as quais, todavia, para o cientista social devem ser objeto de acurado estudo (CUNHA, 2003, p. 112).

É por meio desses escritos que o Papa exerce a sua autoridade como doutor e pastor excelso da Igreja Católica da forma mais original. Para dar cabo da necessidade de recortar o corpus e a temática desta investigação, optou-se por escolher as encíclicas papais entre os demais documentos pontificis, considerando o aspecto de sua singularizada relevância. A partir do Concílio Vaticano II, a Santa Sé publicou 25 encíclicas papais. Elas estão nominadas na tabela abaixo.

Ecclesiam Suam , sobre os caminhos da igreja (Papa Paulo VI em 6 de agosto 1964);
Mense Maio , por ocasião do mês de maio (Papa Paulo VI em 29 de abril 1965);
Mysterium Fidei , sobre o culto da Sagrada Eucaristia (Papa Paulo VI em 3 de setembro 1965);
Christi Matri , sobre a verdadeira e duradoura paz (Papa Paulo VI em 15 de setembro 1966);
Populorum Progressio , sobre o desenvolvimento dos povos (Papa Paulo VI em 26 de março 1967);
Sacerdotalis Caelibatus , sobre o celibato sacerdotal (Papa Paulo VI em 24 de junho 1967);
Humanae Vitae , sobre a regulação da natalidade (Papa Paulo VI em 25 de julho 1968);
Redemptor Hominis , pelo início de seu ministério pontifical (Papa João Paulo II em 4 de março de 1979);
Dives in Misericordia , sobre a misericórdia divina (Papa João Paulo II em 30 de novembro de 1980);
Laborem Exercens , sobre o trabalho humano nos 90 anos da Encíclica Rerum Novarum (Papa João Paulo II em 14 de setembro de 1981);
Slavorum Apostoli , para comemorar a obra de evangelização dos santos Cirilo e Metódio no seu 11º centenário (Papa João Paulo II em 2 de junho de 1985);
Dominum et Vivificantem , sobre o Espírito Santo na vida da igreja e do mundo (Papa João Paulo II em 18 de maio de 1986);
Redemptoris Mater , sobre a Bem-aventurada Virgem Maria na vida da igreja que está a caminho (Papa João Paulo II em 25 de março de 1987);
Sollicitudo Rei Socialis , pelo vigésimo aniversário da Encíclica Populorum Progressio (Papa João Paulo II em 30 de dezembro de 1987);
Redemptoris Missio , sobre a validade permanente do mandato missionário (Papa João Paulo II em 7 de dezembro de 1990);
Centesimus Annus , pelo centenário da Encíclica Rerum Novarum (Papa João Paulo II em 1º de maio de 1991);
Veritatis Splendor , sobre algumas questões fundamentais do ensino moral da Igreja (Papa João Paulo II em 6 de agosto de 1993);
Evangelium Vitae , sobre o valor e a inviolabilidade da vida humana (Papa João Paulo II em 25 de março de 1995);
Ut Unum Sint , sobre o empenho ecumênico (Papa João Paulo II em 25 de maio 1995);
Fides et Ratio , sobre a fé e a razão (Papa João Paulo II em 14 de setembro 1998);

Ecclesia de Eucharistia , sobre a Eucaristia na sua relação com a Igreja (Papa João Paulo II em 17 de abril de 2003);
Deus caritas est , sobre o amor cristão (Papa Bento XVI em 25 de dezembro de 2005);
Spe salvi , sobre a esperança cristã (Papa Bento XVI em 30 de novembro de 2007);
Caritas in veritate , sobre o desenvolvimento humano integral na caridade e na verdade (Papa Bento XVI em 29 de junho de 2009);
Lumen fidei , sobre a fé (Papa Francisco em 29 de junho de 2013);
Laudato si' , sobre o cuidado da casa comum (Papa Francisco em 24 de maio de 2015);
Fratelli tutti , sobre a fraternidade e a amizade social (Papa Francisco em 3 de outubro de 2020).

Tabela 1: Lista de Encíclicas Papais, assunto tratado, papas que as exararam e data

Fonte: pesquisas desta autora

Já em relação ao recorte temático, o que se adotou como balizas de estudo foi o aspecto missionário da Igreja Católica. Isso se deu a partir da premissa que a igreja nasceu quando Cristo foi crucificado pelo expiação de todo o pecado do mundo, e após isso, tornou-se missão, quando Jesus apareceu aos seus apóstolos, no cenáculo, e inspirou-os com o Espírito Santo.

No dia de Pentecostes (no termo das sete semanas pascais), a Páscoa de Cristo completou-se com a efusão do Espírito Santo que Se manifestou [...] Neste dia, revelou-Se plenamente a Santíssima Trindade. Pela sua vinda, que não cessará jamais, o Espírito Santo faz entrar no mundo nos «últimos tempos», no tempo da Igreja (CATECISMO DA IGREJA CATÓLICA, cân.732).

O anúncio a que se referia Jesus é o querigma da Igreja Católica, ou seja, a certeza de que Cristo é o Deus Filho que encarnou-se como homem, entro para a história da humanidade e morreu pela expiação do pecado do mundo. A missão da igreja, nata em Pentecostes, é a proclamação dessa notícia, a boa nova do Evangelho.

Foi então que «a Igreja foi publicamente manifestada diante duma grande multidão» e «teve o seu início a difusão do Evangelho entre os gentios, por meio da pregação» (181). Porque é «convocação» de todos os homens à salvação, a Igreja é, por sua própria natureza, missionária, enviada por Cristo a todas as nações, para de todas fazer discípulos (182). (CATECISMO DA IGREJA CATÓLICA, cân. 767).

À guisa de materiais concretos e oficiais de embasamento para balizar este estudo como parâmetros na proposição de critérios de noticiabilidade, optou-se por eleger as encíclicas exaradas após o Concílio Vaticano II, que tratam da temática da missão primeira da Igreja Católica, a saber: *Ecclesiam Suam*, do Papa Paulo VI, *Dominum et Vivificantem*, *Redemptoris Missio* e *Veritatis Splendor*, do Papa João Paulo II. As encíclicas foram selecionadas a partir do tema da evangelização, considerado como a missão da Igreja Católica, seja como temática do documento ou quando a encíclica faz menção em espaço privilegiado sobre a pregação do Evangelho.

O recorte temporal foi pensado em função de que a partir do Concílio Vaticano II,

a Igreja Católica destinou mais entusiasmo na utilização dos meios de comunicação de massa como propagadores do querigma, como já foi exposto no primeiro capítulo deste estudo. Foi após a promulgação do decreto Inter Mirifica, em 4 de dezembro de 1966, que se implantou o Dia Mundial das Comunicações, como uma data anual para se refletir a questão do anúncio da salvação através dos meios de comunicação de massa.

8 | A MISSÃO DA IGREJA CATÓLICA COMO REFERÊNCIA PARA UMA PROPOSTA DE CRITÉRIO DE NOTICIABILIDADE

Foi o próprio Cristo quem exortou seus discípulos a proclamar a boa nova, quando falou aos apóstolos em Pentecostes e firmou ali a missão da Igreja Católica. Jesus é o centro do Evangelho, já que a boa nova é a sua encarnação, paixão e morte pela salvação de todos os que acreditam. O Papa Paulo VI, na Encíclica *Ecclesiam Suam*, reiterou essa condição:

Se a Igreja, como dizíamos, tem consciência do que o Senhor quer que ela seja, surge nela uma plenitude única e a necessidade de efusão, adverte claramente uma missão que a transcende e um anúncio que deve espalhar. É o dever da evangelização, é o mandato missionário, é o dever de apostolado. Não lhe basta uma atitude de conservantismo. É certo que o tesouro de verdade e de graça, que nos veio em herança da tradição cristã, o devemos guardar e o devemos até defender. “Guarda o depósito”, manda São Paulo (*1 Tm* 6,20). Mas nem a guarda nem a defesa são os únicos deveres da Igreja quanto aos dons que possui. Dever seu, inerente ao patrimônio recebido de Cristo, é também a difusão, a oferta, o anúncio: «Ide, pois, ensinar todos os povos» (*Mt* 28,19). Foi a última ordem de Cristo aos seus Apóstolos. Estes, já com o simples nome de Apóstolos, definem a própria missão indeclinável. A este interior impulso da caridade, que tende a fazer-se dom exterior, daremos o nome, hoje comum, de diálogo. A Igreja deve entrar em diálogo com o mundo em que vive. A Igreja faz-se palavra, faz-se mensagem, faz-se colóquio (PAULO VI, 1964, online).

O Papa Paulo VI destaca a importância do diálogo, que é o plano de Deus. O Pontífice recorda que a religião é o enlace entre Deus e o homem. A revelação divina é o princípio desse diálogo, inaugurado por Deus, interrompido pelo pecado, mas reatado na história da salvação.

A história da salvação narra este diálogo longo e variado, a partir de Deus e a travar conversação com o homem, variada e admirável. É nesta conversação de Cristo entre os homens (cf. *Br* 3,38) que Deus dá a entender alguma coisa mais de si, o mistério da sua vida, admiravelmente una na essência e trina nas pessoas, e diz, em resumo, como quer ser conhecido: Ele é Amor, e como quer ser honrado e servido por nós: amor é o mandamento supremo que nos impõe (PAULO VI, 1964, online).

Desta forma, apresenta-se o primeiro aspecto para a proposição de critérios de noticiabilidade em esfera religiosa. Anunciar o Evangelho é propagar a boa nova no âmbito da história da salvação. Portanto pautas com o teor da revelação e o mistério de Deus e

seu diálogo com homens são prioridade nesta concepção.

O primeiro desses pensamentos é que vivemos a hora de a Igreja aprofundar a consciência de si mesma, meditar sobre o seu mistério, investigar para sua instrução e edificação a doutrina, que já lhe é conhecida e foi elaborada e difundida de modo especial neste último século, sobre a sua origem, natureza, missão e destino. Esta doutrina nunca será, porém, exaurientemente estudada e compreendida, pois contém a “dispensação do mistério escondido há séculos em Deus... para que se manifeste... pela Igreja” (Ef 3,9-10), isto é, contém a misteriosa reserva dos misteriosos desígnios divinos que, por meio da Igreja, são publicados (PAULO VI, 1964, online).

É bom recordar que as pautas religiosas não têm expressamente um carácter de imediatez factual. Os assuntos podem ser tanto presentâneos como temas já versados há tempo, mas que podem ser tratados de forma atual. Portanto, este estudo propõe que as notícias religiosas sejam reportadas igualmente a partir dos critérios apresentados neste ensaio. Desta forma, uma pauta como um evento eclesial atual pode ser abordado a partir desta primeira classificação de noticiabilidade, explorando seu contexto e suas propriedades como revelação e mistério divinos. Vale também recordar que é muito precioso o julgamento do jornalista ao sentenciar quais assuntos estão contidos nesse critério, analisando os atributos das notícias a serem apreciadas.

A premissa para a redenção humana é a fé de que Deus Filho, encarnado e crucificado, foi morto para a remissão de todo o pecado. É claro que essa convicção gera comprometimento com Cristo e, de uma maneira imanente, tudo transforma-se em devotamento, entrega, respeito e amor. É por isso que quem experiencia o encontro com Jesus, por meio da fé, e faz a opção de segui-lo, observa seus mandamentos. O Papa João Paulo II, na Encíclica *Veritatis Splendor*, indica esse caminho, ao comentar o questionamento do jovem rico que queria seguir Jesus, na passagem bíblica: “Mestre, que devo fazer de bom para alcançar a vida eterna?” (Cf. Mt 19,16).

Se quisermos então penetrar no âmago da moral evangélica e identificar o seu conteúdo profundo e imutável, devemos procurar diligentemente o sentido da questão posta pelo jovem rico do Evangelho e, mais ainda, o sentido da resposta de Jesus, deixando-nos guiar por Ele. De facto, Jesus, com delicado tacto pedagógico, responde conduzindo o jovem quase pela mão, passo a passo, em direcção à verdade plena (JOÃO PAULO II, 1993, online).

Jesus é o caminho e a verdade para a vida eterna, e estar com Ele é segui-lo e obedecê-lo. Por isso, torna-se capital Cristo e sua doutrina no Evangelho seja o segundo item neste elenco de critérios de atributo das notícias e de circunspeção do jornalista ao selecionar os assuntos a serem enfocados. Desta forma, é sugerido que o profissional da comunicação volte seu olhar para os temas que animam a observância dos ensinamentos de Cristo, mas que discorra sobre as pautas profanas evidenciando sua condição de oposição ao plano de Deus e aclare o que Jesus prega sobre o assunto. Sobre qualquer dúvida, é preciso o preceito de Cristo a respeito da verdade e do percurso para o Reino

de Deus: “um só é bom e se queres entrar na vida eterna, cumpre os mandamentos” (Mt 19,17).

Esta obediência nem sempre é fácil. Na sequência daquele misterioso pecado de origem, cometido por instigação de Satanás, que é «mentiroso e pai da mentira» (Jo 8, 44), o homem é continuamente tentado a desviar o seu olhar do Deus vivo e verdadeiro para o dirigir aos ídolos (cf. 1 Ts 1, 9), trocando «a verdade de Deus pela mentira» (Rm 1, 25); então também a sua capacidade para conhecer a verdade fica ofuscada, e enfraquecida a sua vontade para se submeter a ela (JOÃO PAULO II, 1993, online).

Nesta situação também se faz necessário observar o aspecto singular da notícia religiosa como contiguidade factual ancorada nos valores já revelados, mas que apresentam ainda viva atualidade. É importante que o jornalista religioso tenha sempre como norte a Sagrada Escritura para reportar quaisquer assuntos.

A Sagrada Escritura, de facto, permanece a fonte viva e fecunda da doutrina moral da Igreja, como recordou o Concílio Vaticano II: “O Evangelho é (...) fonte de toda a verdade salutar e de toda a disciplina de costumes”. Aquela conservou fielmente aquilo que a palavra de Deus ensina, tanto acerca das verdades a acreditar, como sobre o agir moral, isto é, o agir agradável a Deus (cf. 1 Ts 4, 1), realizando um progresso doutrinal análogo ao verificado no âmbito das verdades da fé. Assistida pelo Espírito Santo que a guia para a verdade total (cf. Jo 16, 13), a Igreja nunca cessou, nem poderá cessar, de perscrutar o “mistério do Verbo encarnado”, no qual “se esclarece verdadeiramente o mistério do homem” (JOÃO PAULO II, 1993, online).

É normal que entre as pautas a serem publicadas em um veículo católico existam aquelas para além dos assuntos puramente relativos à natureza metafísica da igreja. Fatos como eventos sociais promovidos pelas paróquias, ações realizadas por movimentos ou pastorais, comemorações institucionais das dioceses podem apresentar um caráter mais secular. Para essas ocasiões, este estudo sugere que os assuntos não sejam preteridos, mas que tenham a consideração de opção sem predileção, ou seja, como segunda escolha àquela em que as pautas falam diretamente do Evangelho. Esta vida civil da igreja deve ser enfocada, segundo a proposta deste trabalho, sob a luz daquela atemporal.

A Igreja Católica é conduzida pelo Espírito Santo, a Terceira Pessoa da Santíssima Trindade. Por isso, tudo o que é realizado como vivência eclesial deve ser constituído no Espírito Santo, para que tenha princípio e vínculo com a vida eterna.

A Igreja, portanto, instruída pelas palavras de Cristo, indo beber à experiência do Pentecostes e da própria «história apostólica», proclama desde o início a sua fé no Espírito Santo, como *n’Aquele que dá a vida*, Aquele *no qual* o imperscrutável *Deus uno e trino se comunica aos homens*, constituindo neles a nascente da vida eterna (JOÃO PAULO II, 1986, online).

Foi Cristo quem anunciou que o Espírito Santo é o condutor da sua igreja. Jesus antecipou aos apóstolos a notícia que daria a todos um Consolador, na sua última ceia com eles, e após, em Pentecostes, que isso faria com que Cristo estivesse com a Igreja até o

final dos tempos.

Quando já estava iminente para Jesus Cristo o tempo de deixar este mundo, ele anunciou aos Apóstolos “um outro Consolador”. O evangelista São João, que estava presente, escreve que, durante a Ceia pascal no dia anterior à sua paixão e morte, Jesus se dirigiu a eles com estas palavras: “Tudo o que pedirdes em meu nome, eu o farei, para que o Pai seja glorificado no Filho ... Eu pedirei ao Pai, e Ele vos dará um outro Consolador, para estar convosco para sempre, o Espírito da verdade” [...] O Espírito Santo vem depois dele a graças a ele, para continuar no mundo, mediante a Igreja, a obra da Boa Nova da salvação (JOÃO PAULO II, 1986, online).

Esta encíclica lembra que a missão da Igreja Católica deve ser o anúncio do Evangelho como instrumentos do Espírito Santo, que irá continuar o caminho eclesial em direção à vida eterna, orientando e conduzindo o povo de Deus. É desta forma que este ensaio propõe o enfoque a ser dado às notícias religiosas de cunho civil e social, ou seja, como a vida da Igreja no Espírito Santo.

Jesus acrescenta: “Mas o Consolador, o Espírito Santo, que o Pai enviará em meu nome, ele vos ensinará todas as coisas e vos recordará tudo o que eu vos disse”. O Espírito Santo será o Consolador dos Apóstolos e da Igreja, sempre presente no meio deles — ainda que invisível — como mestre da mesma Boa Nova que Cristo anunciou. Aquele «ensinará» ... e «recordará» significa não só que Ele, da maneira que lhe é própria, continuará a inspirar a divulgação do Evangelho da salvação, mas também que ajudará a compreender o significado exacto do conteúdo da mensagem de Cristo; que Ele assegurará a continuidade e identidade de compreensão dessa mensagem, no meio das condições e circunstâncias mutáveis (JOÃO PAULO II, 1986, online).

É de proposição deste estudo, ainda, que os profissionais de comunicação utilizem-se de pautas frias, ou seja, que não precisem de imediatismo na divulgação, criando roteiros e assuntos intrínsecos à Igreja Católica, não só como forma de elaborar conteúdos “de gaveta”, mas também como uma solução catequética para os veículos confessionais.

A Igreja, “coluna e fundamento da verdade” (1 Tm 3, 15), “recebeu dos Apóstolos o solene mandamento de Cristo de anunciar a verdade da salvação” (77). “À Igreja compete anunciar sempre e em toda a parte os princípios morais, mesmo de ordem social, bem como emitir juízo acerca de quaisquer realidades humanas, na medida em que o exigirem os direitos fundamentais da pessoa humana ou a salvação das almas” (CATECISMO DA IGREJA CATÓLICA, cân. 2032).

Como suposição de argumentos para essas matérias, além das já descritas anteriormente – a revelação e o mistério de Deus e Cristo e sua doutrina no Evangelho – sugere-se os assuntos que compõe a oração do Creio, o símbolo da fé católica nascido da Sacra Liturgia e dos sacramentos, mais especificamente do Batismo. O Creio contém as verdades da fé católica. É uma resposta à pergunta de Jesus, como aquela feita à Marta, quando Lázaro, seu irmão estava morto. “Eu sou a ressurreição e a vida. Aquele que crê em mim, ainda que esteja morto, viverá. Crês nisso? Respondeu ela: “Sim, Senhor. Eu

creio que tu és o Cristo, o Filho de Deus, aquele que devia vir ao mundo” (Cf. Jo 11,26). A pergunta de Jesus é um chamado a segui-lo e a comprometer-se com a verdade. Ao responder se acredita, o fiel católico afirma e reafirma sua fé em Deus em seu plano de salvação do mundo. “O Credo cristão — profissão da nossa fé em Deus Pai, Filho e Espírito Santo, e na sua acção criadora, salvadora e santificadora — culmina na proclamação da ressurreição dos mortos no fim dos tempos, e na vida eterna” (CATECISMO DA IGREJA CATÓLICA, cân. 988).

O Credo [...] conserva-se, por assim dizer, no interior do aspecto positivo da história cristã; aceita, sem mais, o fato de Deus ter-se tornado homem para nossa salvação e não tenta olhar para os bastidores da história indagando de suas razões e do seu nexu com o conjunto do ser (RATZINGER, 1970, p. 32).

A oração do Creio, este hino às verdades de fé da Igreja Católica, ensinadas desde o tempo dos apóstolos, é baliza para quaisquer dúvidas que possam ferir a integridade eclesial como Corpo Místico de Cristo. Por isso, molda-se como esteio na circunspecção de selecionar o que convém ser publicado como pauta religiosa de anúncio do Evangelho, espelhada pela missão da igreja.

A missão universal da Igreja nasce da fé em Jesus Cristo, como se declara no Credo: “Creio em um só Senhor, Jesus Cristo, Filho Unigénito de Deus, nascido do Pai antes de todos os séculos (...) E por nós homens, e para nossa salvação, desceu dos céus. E encarnou pelo Espírito Santo no seio da Virgem Maria, e Se fez homem”. No acontecimento da Redenção está a salvação de todos, “porque todos e cada um foram compreendidos no mistério da Redenção, e a todos e cada um se uniu Cristo para sempre, através deste mistério” somente na fé, se fundamenta e compreende a missão (JOÃO PAULO II, 1990, online).

Porém, como lembra o Papa João Paulo II, ainda há muito caminho à frente nessa função. “A missão de Cristo Redentor, confiada à Igreja, está ainda bem longe do seu pleno cumprimento. [...] uma visão de conjunto da humanidade mostra que tal missão está ainda no começo, e que devemos empenhar-nos com todas as forças no seu serviço” (JOÃO PAULO II, 1990, online). É uma atividade que exige comprometimento e entrega a Cristo.

A urgência da actividade missionária deriva da *radical novidade de vida*, trazida por Cristo e vivida pelos Seus discípulos. Esta nova vida é dom de Deus, e, ao homem, é-lhe pedido que a acolha e desenvolva, se quiser realizar integralmente a sua vocação, conformando-se a Cristo. Todo o Novo Testamento se apresenta como um hino à vida nova, para aquele que crê em Cristo e vive na Sua Igreja. A salvação em Cristo, testemunhada e anunciada pela Igreja, é auto-comunicação de Deus. « O amor não só cria o bem, mas faz participar também na própria vida de Deus: Pai, Filho e Espírito Santo. Com efeito, aquele que ama quer dar-se a si mesmo (JOÃO PAULO II, 1990, online).

É de valia ressaltar que é imanente à circunspecção do jornalista religioso selecionar apenas as pautas que tratam de Cristo ou são diretamente referentes a Ele.

É Jesus o centro do Evangelho, do mistério de Deus e de seu plano de salvação dos homens. Portanto, ninguém pode ser o principal foco de notícia a não ser o próprio Cristo. O jornalista católico deveria ser como João Batista, que pregava o batismo da conversão dos pecados, preparava os caminhos do Senhor e afirmava “importa que Ele cresça e eu diminua” (Jo 3,30).

Faz-se necessário ratificar, portanto, o elenco proposto como critérios de noticiabilidade para pautas religiosas, apontadas como resultado de ponderações acerca do anúncio do Evangelho como missão primordial da Igreja Católica. Os assuntos relacionados a revelação e o mistério de Deus, a Cristo e sua doutrina no Evangelho, a vida da igreja no Espírito Santo e a oração do Creio e questões da fé são os itens que, diante desta sugestão de parâmetros para publicação, devem ser observados, em proporção de relevância, conforme a ordem que foram elencados.

9 | CONSIDERAÇÕES FINAIS

A organização de uma estrutura que apoie metodologicamente a seleção circunspecta e reflexiva de pautas religiosas a ser publicadas pela Igreja Católica é o objeto deste ensaio. O discernimento ao julgar quais notícias apresentam atributos coerentes para propagação em veículos católicos foi problematizado neste trabalho que, para isso, perpassou vários aspectos relacionados ao assunto.

Como eixo inicial, referenciou-se a esferas disciplinares concernentes à temática, que são a comunicação e a teologia. Desta forma, observou-se as relações entre as duas áreas e o que é atinente na interseção dessas disciplinas. Compreende-se que a comunicação tem lugar proeminente no ambiente do saber teológico, porque a viabilidade da investigação teológica é por meio da revelação de Deus, que dá-se a conhecer através de sua comunicação com os homens. Além disso, os processos comunicacionais humanos são ferramentas de divulgação dos valores e da fé católica, isto é, de evangelização.

O anúncio do Evangelho é a missão da Igreja Católica e, desta forma, a instituição eclesial empenha-se em transmitir da melhor maneira seu querigma. Uma transcurso breve sobre os episódios relacionados à comunicação do Evangelho, desde os apóstolos nas primeiras comunidades cristãs, perpassando pelas situações de processos comunicacionais vanguardistas da igreja, até o evento da comunicação de massa, fazem sustento a essa premissa. O aspecto de a Igreja Católica ter como missão a Evangelização, definida pelo próprio Cristo, conduziu a decisão de estabelecer este fato como o recorte temático desta pesquisa.

O recorte temporal da investigação delimita o tempo pós-conciliar Vaticano II, em função de que o evento trouxe renovadas preocupações acerca da comunicação eclesial, desta vez, observando os aspectos dos meios de massa como emissores do querigma católico. Desta forma, selecionou-se os documentos pontifícios como material da pesquisa,

já que integram os pronunciamentos oficiais da Santa Sé. Dentre os escritos, optou-se por eleger como corpus deste estudo as encíclicas papais, já que são endereçadas a todos os homens de boa vontade, e ainda, mais especificamente as que tratam de conteúdos referentes à missão da igreja, a saber: *Ecclesiam Suam*, do Papa Paulo VI, *Dominum et Vivificantem*, *Redemptoris Missio* e *Veritatis Splendor*, do Papa João Paulo II.

Este estudo também se fundamentou nos conceitos teóricos sobre a cadeia de produção da notícia jornalística, e, de uma forma mais precisa, nos atributos da informação e os critérios de seleção dos assuntos na elaboração das pautas. A partir do desenvolvimento dessa base teórica, passou-se à experimentação da aplicabilidade do referencial conceitual nos aspectos noticiosos do jornalismo religioso. Todo o percurso trilhado por esta investigação apontou ao resultado que se propõe como critérios de noticiabilidade para elaboração de pautas católicas os assuntos relacionados a: 1) a revelação e o mistério de Deus e seu diálogo com os homens; 2) Cristo e sua doutrina no Evangelho; 3) a vida da Igreja no Espírito Santo e; 4) o Creio e as verdades da fé. É importante complementar ainda que toda a motivação dos argumentos colocados neste ensaio partem da premissa de que anunciar o Evangelho significa necessariamente colocar Cristo como o centro de todas as matérias jornalísticas religiosas.

REFERÊNCIAS

BÍBLIA SAGRADA. São Paulo: Ave Maria, 2001.

CATECISMO DA IGREJA CATÓLICA. São Paulo, Vozes, 2000.

CÓDIGO DE DIREITO CANÔNICO. São Paulo, Loyola, 1983.

CONCÍLIO ECUMÊNICO VATICANO II. **Decreto conciliar Ad Gentes**: sobre a atividade missionária da Igreja. 1965. Disponível em: http://www.vatican.va/archive/hist_councils/ii_vatican_council/documents/vat-ii_decree_19651207_ad-gentes_po.html, acessado em 14 de maio de 2022.

_____. **Decreto conciliar Inter Mirifica**: sobre os meios de comunicação social. 1963. Disponível em: http://www.vatican.va/archive/hist_councils/ii_vatican_council/documents/vat-ii_decree_19631204_inter-mirifica_po.html, acessado em 9 de maio de 2022.

CUNHA, Fernando Whitaker. As encíclicas sociais e suas repercussões. In: **Revista da Academia Brasileira de Letras Jurídicas**. 2003. Nº 24, pp. 109 a 129. Disponível em <http://www.ablj.org.br/revistas/revista24.asp>, acesso em 11 de maio de 2022.

FISCHELLA, Rino. **La rivelazione: evento e credibilità**. Saggio di Teologia Fondamentale. Milano: EDB, 8ª. ed, 2002.

JOÃO XXIII, Papa. **Costituizione Apostolica Humanae Salutis**: indizione del SS. Concilio Ecumenico Vaticano II. 1961. Disponível em http://www.vatican.va/content/john-xxiii/it/apost_constitutions/1961/documents/hf_j-xxiii_apc_19611225_humanae-salutis.html, acessado em 2 de maio de 2022.

JOÃO PAULO II, Papa. **Carta Apostólica O Rápido Desenvolvimento**. 2005. Disponível em: https://www.vatican.va/content/john-paul-ii/pt/apost_letters/2005/documents/hf_jp-ii_apl_20050124_il-rapido-sviluppo.html. Acesso em 10 de maio de 2022.

_____. **Discurso do Papa João Paulo II aos jornalistas da União Católica da Imprensa Italiana**. 1983. Disponível em https://www.vatican.va/content/john-paul-ii/pt/speeches/1983/february/documents/hf_jp-ii_spe_19830214_stampa-italiana.html. Acesso em 12 de maio de 2022.

_____. **Encíclica Dominum et Vivificantem**. 1986. Disponível em https://www.vatican.va/content/john-paul-ii/pt/encyclicals/documents/hf_jp-ii_enc_18051986_dominum-et-vivificantem.html. Acesso em 11 de maio de 2022.

_____. **Encíclica Redemptoris Missio**. 1990. Disponível em: http://w2.vatican.va/content/john-paul-ii/pt/encyclicals/documents/hf_jp-ii_enc_07121990_redemptoris-missio.html. Acesso em 10 de maio de 2022.

_____. **Encíclica Veritatis Splendor**: sobre algumas questões fundamentais do ensinamento moral da igreja. 1993. Disponível em https://www.vatican.va/content/john-paul-ii/pt/encyclicals/documents/hf_jp-ii_enc_06081993_veritatis-splendor.html. Acessado em 11 de maio de 2022.

PAULO VI, Papa. **Mensagem do Papa Paulo VI para o 1º. Dia Mundial das Comunicações Sociais**. 1967. Disponível em: http://www.vatican.va/content/paul-vi/pt/messages/communications/documents/hf_p-vi_mes_19670507_i-com-day.html, acessado em 9 de maio de 2022.

_____. **Encíclica Ecclesiam Suam**. 1964. Disponível em https://www.catolicoorante.com.br/docs/enciclicas/paulovi/hf_p-vi_enc_06081964_ecclesiam_po.html. Acesso em 12 de maio de 2022.

PIO XII, Papa. **Carta Encíclica Humani Generis**. 1950. Disponível em https://www.vatican.va/content/pius-xii/pt/encyclicals/documents/hf_p-xii_enc_12081950_humani-generis.html. Acesso em 11 de maio de 2022.

_____. **Carta Encíclica Miranda Prorsus**. 1957. Disponível em: http://w2.vatican.va/content/pius-xii/pt/encyclicals/documents/hf_p-xii_enc_08091957_miranda-prorsus.html. Acesso em 10 de maio de 2022.

POLI, Gian Franco e CARDINALI, Marco. **La comunicazione in prospettiva teologica**. Torino: Elledici, 1998.

PUNTEL, Joana. **Cultura Midiática e Igreja**. Uma nova ambiência. São Paulo: Paulinas, 2005.

RATZINGER, Joseph. **Introdução ao Cristianismo**: preleções sobre o Símbolo Apostólico. Herder: São Paulo, 1970.

SILVA, Gislene. Para pensar critérios de noticiabilidade. In: **Estudos em Jornalismo e Mídia**. Vol 2, nº1, 2005.

SILVA, Marcos Paulo. Perspectivas históricas da análise da noticiabilidade. In: SILVA, Gislene; SILVA, Marcos Paulo; FERNANDES, Mario Luiz. **Critérios de noticiabilidade**: problemas conceituais e aplicações. Florianópolis: Insular, 2021.

SOUSA, Jorge Pedro. **Elementos de Jornalismo Impresso**. Florianópolis: Letras Contemporâneas, 2005.

TILLICH, Paul. **Teologia Sistemática**. São Leopoldo: Sinodal, 2005.

WHITE, Robert. **The new communication in the church**. Disponível em <https://www.theway.org.uk/back/s057White.pdf>, acessado em 03 de janeiro de 2022.

CAPÍTULO 10

REPRESENTATIVIDADE: REFLEXÃO SOBRE A INDÚSTRIA LITERÁRIA ATRAVÉS DO LIVRO-REPORTAGEM “NÃO. ELE NÃO ESTÁ”

Data de aceite: 04/07/2022

Eduardo Faria

Mestre em Ciências da Comunicação no ramo de Investigação pela Universidade do Minho, Braga, Portugal. Graduado em Comunicação Social – Jornalismo – pela Universidade Braz Cubas, Mogi das Cruzes, São Paulo
<https://orcid.org/0000-0001-7977-1403>

Andreza Alves

Mestra em Ciências da Comunicação no ramo de Investigação pela Universidade do Minho, Braga, Portugal. Graduada em Comunicação Social – Jornalismo – pela Estácio Pará
<https://orcid.org/0000-0002-3555-2644>

José Gabriel Andrade

Universidade Católica Portuguesa. Doutor Europeu e Professor auxiliar na Universidade do Minho, Braga, Portugal
<https://orcid.org/0000-0002-9778-5865>

RESUMO: Este estudo busca refletir sobre a Indústria Criativa da literatura no Brasil, bem como o desempenho no mercado editorial e literário através do livro-reportagem “Não. Ele Não Está”, de Maíra de Deus Brito, considerando a inclusão racial (aplica-se aqui, também, outros campos inclusivos) como uma maneira de consolidar o mercado, estimular a produção cultural bibliográfica e conquistar novos públicos por vezes negligenciados pela falta de representatividade. Proposta pela UNESCO, a Indústria Criativa tem a intenção de promover rupturas em cada nicho que atua, propondo

inovação e mudanças sociais; portanto, a partir da entrevista com a escritora, buscamos compreender a atuação da Indústria Criativa na literatura sob a ótica de uma escritora mulher e negra - características por vezes negligenciadas pela sociedade e pela indústria literária. Esta pesquisa foi desenvolvida para a disciplina de “Indústrias Culturais, Públicos e Mercados”, da Universidade do Minho, em Portugal, e ampliada considerando o recorte pós-pandêmico.

PALAVRAS-CHAVE: Indústria Criativa, literatura brasileira, UNESCO, representatividade literária.

REPRESENTATIVENESS: REFLECTION ON THE LITERARY INDUSTRY THROUGH THE BOOK-REPORT “NO. HE IS NOT”

ABSTRACT: This study seeks to reflect on the Creative Industry of Literature in Brazil, as well as the performance in the editorial and literary market through the book-report “No. He is not”, by Maíra de Deus Brito, considering racial inclusion (it also applies here to other inclusive fields) as a way of consolidating the market, stimulating bibliographic cultural production and conquering new audiences sometimes neglected by the lack of knowledge. representativeness. Proposed by UNESCO, the Creative Industry intends to promote ruptures in each niche it operates, proposing innovation and social changes; therefore, from the interview with the writer, we seek to understand the role of the Creative Industry in literature from the perspective of a black woman writer — characteristics sometimes neglected by society and the literary industry. This research was developed for the discipline

of “Cultural Industries, Publics and Markets”, at the University of Minho, in Portugal, and expanded considering the post-pandemic clipping.

KEYWORDS: Creative Industry, Brazilian literature, UNESCO, literary representation.

1 | INTRODUÇÃO

Mulher. Negra. Escritora, jornalista e Mestra em Direitos Humanos. Maíra de Deus Brito é um ponto fora da curva quando falamos em produção literária no Brasil, e sabe da sua importância enquanto mulher negra num país miscigenado, que privilegia a literatura dos homens brancos. “A literatura brasileira ainda é muito branca: sejam seus autores e autoras, sejam as personagens retratadas nas obras”, avalia a escritora quando questionada sobre a representatividade dos negros no mercado literário no país.

Em processo de divulgação da sua obra, o livro “Não. Ele Não Está”, a conversa com Maíra deu-se a partir do contato virtual, com o uso de entrevista estruturada. A falta de tempo, no entanto, não foi empecilho para que Maíra respondesse prontamente às perguntas dirigidas inicialmente no Messenger do Instagram e, posteriormente, complementadas no WhatsApp. Mas por que a escolha de Maíra?

Primeiramente, o livro da autora chama atenção por ser parte da produção literária no Brasil com uma temática tão necessária e atemporal que é o racismo e o genocídio da população negra. Em segundo lugar, por ser produzido por uma mulher negra, que fez da sua dissertação de Mestrado em Direitos Humanos, na Universidade de Brasília, uma obra de peso jornalístico. As características encontradas neste trabalho, mas sobretudo o protagonismo de Maíra para com o desempenho da literatura no Brasil, reforça o declínio do comportamento literário no país em relação ao protagonismo dos escritores brancos.

Maíra, portanto, atravessa a linha oscilante entre autor e publicação num mercado em instável no Brasil — como é o mercado literário e editorial. Mas, além disso, a autora rompe algumas imposições mercadológicas que veremos mais a fundo adiante, como a questão do sexo e a representatividade dos não-brancos.

Neste sentido, a obra da Mestra em Direitos humanos compreende aos preceitos da Indústria Criativa observada por HOWKINS (2001), por ser um trabalho literário que contribui para a promoção de uma nova retórica mais participativa e integradora. Neste livro, a criatividade da autora celebra o culto às mudanças vivenciadas na literatura brasileira através do protagonismo negro num mercado oscilante, que já experimentou uma crise intensa. Considerando os preceitos de FLORIDA (2002), a criatividade é o capital humano de valor inestimável, responsável por movimentar a economia e, conseqüentemente, contribuir para o crescimento dos mais diferentes setores das Indústrias Culturais.

Além disso, a obra promove uma ruptura social, racial e de gênero — não apenas por ser um livro-reportagem marcado por denúncias contra a população negra marginalizada, mas por ser um trabalho de uma mulher negra. Podendo, portanto, ser entendida como uma

forma de ascensão da criatividade literária negra que, por séculos, foi colocada embaixo do tapete, escondida no fundo das prateleiras nas livrarias pelo Brasil.

2 | METODOLOGIA

Para esta reflexão teórica sobre a Indústria Criativa no Brasil através do livro “Não. Ele Não Está” foi utilizada a entrevista estruturada por motivos citados acima; juntamente com pesquisas sobre o setor literário e editorial nos veículos de comunicação brasileiros, além do aporte bibliográfico sobre que a Indústria Criativa proposto por HOWKINS (2001), sobre a Criatividade enquanto capital humano proposto por FLORIDA (2002), além dos referenciais que fundamentam à importância da representatividade nos livros-reportagens (PENA, 2005), a relação híbrida entre jornalismo e literatura (WEISE, 2013) e estudos sobre o protagonismo literário no Brasil (DALCASTAGNÈ, 2005).

Para tanto a leitura do livro, somado a entrevista e pesquisas bibliográficas, permite-nos contribuir qualitativamente com a reflexão teórica sobre Indústria Criativa no Brasil, trazendo em primeiro plano o protagonismo negro na literatura e a representatividade como uma saída para este mercado que atravessa uma crise histórica, ocasionando o fechamento de livrarias pelo país. Para elucidar, em 2018, um levantamento realizado pela Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas indica que o mercado editorial brasileiro encolheu mais de vinte por cento de 2006 a 2017, com perdas que somam quase um bilhão e meio de reais. Mas esta realidade tem sido alterada, possivelmente pela integração de novas publicações que contemplam à diversidade de autores(as) e histórias de grupos que contemplam outros públicos: os negros, os indígenas, além dos membros de comunidades LGBTQIA+, entre outros.

Sendo assim, para compreender o cenário atual da literatura e do mercado editorial brasileiro, refletimos com as ponderações e experiências vividas por Maíra de Deus Brito, numa simbiose entre entrevistadora e entrevistada, autora e personagem. As experiências e impressões da autora durante a publicação do seu livro, juntamente com os levantamentos bibliográficos e estudos estatísticos, nos guiarão nesta reflexão. Como afirma SOUSA (2006), o método de pesquisa qualitativa é relevante, pois possibilita a informação detalhada sobre os valores, experiências, motivações, sentimentos, comportamentos e características que podem ser observadas nos entrevistados.

3 | LIVRO-REPORTAGEM: RECORTES EM REALIDADES

Por ter formação em jornalismo, a dissertação de Maíra pode ser compreendida como um livro-reportagem. A escrita, como ela define, “é menos acadêmica”, e a liberdade literária faz com que tenhamos uma aproximação e um envolvimento afetivo maior pelos personagens retratados. Nesta liberdade narrativa que aproxima os públicos pelo

reconhecimento do enredo, encontram-se os conceitos de FLORIDA (2002), quando pontua que as Indústrias Criativas são caracterizadas pela aproximação de atitudes e comportamentos que refletem a própria vida dos indivíduos. Neste caso, a criatividade é a grande responsável por perceber situações triviais e, a partir disso, transformar algo comum (uma ideia, um produto, um serviço, etc.) algo a ser rentável. Ou seja, a expressão criativa torna-se uma espécie de capital humano que pode fazer a roda da economia girar.

A criatividade é multidimensional e se apresenta de diversas formas que se potencializam. É um erro pensar, como muitos, que ela se limita à criação de inventos espalhafatosos, novos produtos ou novas empresas. Na economia de hoje, a criatividade é generalizada e contínua: estamos sempre revendo e aprimorando cada produto, cada processo e cada atividade imaginável, e integrando-os de novas maneiras. Além disso, a criatividade tecnologia (FLORIDA, 2002, p. 07).

Este formato híbrido entre jornalismo e literatura explícito no livro também pode ser compreendido pelas reflexões de WEISE (2013), no qual afirma que o jornalismo é um fato, um acontecimento e, por isso, é entendido como realidade. Por outro lado, a literatura consegue juntar a realidade e ficção e com isso possibilita a criação de um outro produto no qual se enquadra o livro-reportagem. Por isso, o livro “Não. Ele não está” é importante enquanto literatura e livro- reportagem, porque ele traz à luz o genocídio da população negra a partir da sua principal vertente: o extermínio da juventude negra no Brasil. E ele consegue isso através da perspectiva das mães que perderam os filhos assassinados numa das cidades mais violentas do Brasil, o Rio de Janeiro.

Para PENA (2005):

A preocupação do jornalismo literário, então, é contextualizar a informação da forma mais abrangente possível, o que seria muito mais difícil no exíguo espaço de um jornal. Para isso, é preciso mastigar as informações, relacioná-las com outros fatos, compará-las com diferentes abordagens e, novamente, localizá-las em um espaço temporal de longa duração. (PENA, 2005, pag.7)

Ao integrar os elementos informativos, factuais e literários, a obra da mestra em Direitos Humanos, mais uma vez, encontra apoio nas ponderações de WEISE (2013) ao afirmar que

O jornalismo literário, além de trazer as informações completas, somadas a uma boa narrativa escrita, proporciona ao leitor uma visão mais ampla do acontecimento. Nesse contexto, o jornalismo literário vai além da abrangência dos fatos e, sim, ultrapassa os limites das informações. (WEISE, 2013, pag. 2)

Contudo, o livro-reportagem nada mais é do que um arquivo vivo, que oferece a possibilidade de preencher um vazio deixado em algum momento na história social. E essas histórias estão por toda a parte buscando alguém que se disponha a ouvi-las e tenha a iniciativa de cruzar os dados históricos para a fundamentação escrita, para, então, contá-las. Embora o livro-reportagem seja um gênero cada vez mais presente na literatura

brasileira, não há estatísticas sobre sua produção registrado na Biblioteca Nacional do Brasil e nem mesmo nos dados de registros da Agência Brasileira do ISBN.

4 | LIVRO NÃO-LIDO: HISTÓRICO DA CRISE EDITORIAL NO BRASIL

Existe uma Lei vigente no Brasil que institui a Política Nacional do Livro e estimula a produção literária, por meio da descoberta de novos autores e o fomento a este segmento das Indústrias Criativas. O projeto de Lei 10.753, de 2003¹, assinado na ocasião pelo ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva, garante entre outras coisas:

[...] III - fomentar e apoiar a produção, a edição, a difusão, a distribuição e a comercialização do livro; IV - estimular a produção intelectual dos escritores e autores brasileiros, tanto de obras científicas como culturais; VI - propiciar os meios para fazer do Brasil um grande centro editorial; X - instalar e ampliar no País livrarias, bibliotecas e pontos de venda de livro; XI - propiciar aos autores, editores, distribuidores e livreiros as condições necessárias ao cumprimento do disposto nesta Lei [...] (DIRETRIZES, 2003, cap. I)

Embora haja este estímulo governamental registrado em Lei, existem dificuldades para que escritores - e novos autores - tenham oportunidades de publicação no mercado literário. Estas limitações resvalam-se em sua grande maioria pela falta de recursos financeiros para investir na editoração e divulgação dos seus trabalhos. Seja pela falta de recursos próprios, parcerias, patrocínios ou incentivos financeiros. O dinheiro é fator determinante quando falamos em publicações literárias no Brasil.

Quando perguntamos para Maíra se ela considera que seja difícil publicar um livro no Brasil, ela é incisiva: “Não é fácil, pois demanda tempo e dinheiro.” Para driblar os obstáculos encontrados para a produção de um livro, alguns autores encontram na internet a saída para colocar em circulação suas obras. As “vaquinhas virtuais” podem ser a luz no fim do túnel para quem quer ingressar neste mercado, mas não tem condições financeiras para engatilhar o projeto literário.

Uma outra opção encontrada é a publicação de *e-books* em sites destinados a publicações independentes. Entretanto, embora seja um caminho menos dispendioso, em alguns destes sites o autor(a) precisa abrir mão de parte dos lucros com as vendas dos livros. O que talvez não seja vantajoso para quem se debruçou e investiu tempo na produção de uma obra.

No caso de Maíra, ela conta que teve o privilégio de contar com um dinheiro próprio para investir na publicação, por isso não foi preciso comprar ou vender direitos autorais para que seu objetivo fosse concretizado. Mas reconhece que alguns amigos não contam com as mesmas possibilidades de investir num projeto editorial.

“Eu tinha uma poupança que cobriu os gastos, mas tenho amigos lançando livros em

¹ O projeto de Lei N° 10.753, DE 30 DE OUTUBRO DE 2003, no qual institui as Diretrizes Gerais da Política Nacional do Livro está disponível no site da câmara dos deputados: <https://www2.camara.leg.br/legin/fed/lei/2003/lei-10753-30-outubro-2003-497306-norma-pl.html>

outras editoras e sem essa reserva de dinheiro, que tiveram que fazer campanhas como ‘vaquinhas virtuais’ com a pré-venda dos livros”, conta.

Por outro lado, quando falamos dos contratemplos financeiros encontrados pelos autores para publicação de suas obras, devemos considerar às oscilações no mercado editorial no Brasil. Em abril de 2019, quando esta pesquisa foi publicada pela primeira vez, em uma versão que não considerava a melhora no mercado editorial no Brasil durante e após a pandemia pela COVID-19, a Câmara Brasileira de Livros⁵ (CBL)² havia anunciado que o mercado editorial brasileiro passava por uma crise. A queda nas vendas estava relacionada a resseção econômica que assolava o país, além do aumento dos produtos em versão eletrônica. Mais recentemente, em 2022, no pós-pandemia, o mercado editorial apresenta um respiro, impulsionado sobretudo pelo mercado editorial digital.

A recente pesquisa “Produção e Vendas do Setor Editorial Brasileiro” aponta que o faturamento das editoras com a venda de livros para todo o mercado registrou um crescimento seis por cento em 2021³. Já o levantamento “Conteúdo Digital do Setor Editorial Brasileiro” revela um acréscimo de vinte e três por cento no mercado e doze por cento a mais no faturamento com as vendas de conteúdos digitais.

Segundo o primeiro “Painel das Vendas de Livros no Brasil” em 2019, feito pela consultoria Nielsen Bookscan e pelo Sindicato Nacional dos Editores de Livros (SNEL)⁴, o país havia registrado queda de dezoito por cento em volume de vendas e dezenove por cento em valores. Na altura, o Presidente da CBL, Vitor Tavares, em entrevista à Agência Brasil, justificou que “os orçamentos pessoal e familiar diminuiriam. As pessoas vão cortando consumo. O livro passa a ser considerado algo que pode esperar.” Mais adiante Tavares revela algo relevante que impacta diretamente na queda do mercado editorial, bem como no aumento dos custos para os autores publicarem seus livros: os hábitos de leitura dos brasileiros. “Somos um país de não-leitores”.

De acordo com os dados do último estudo realizado pelo Instituto Pró-Livro em 2016⁵, no qual mede o índice de leitura no Brasil, o brasileiro lê em média 2,43 livros por ano. Em percentual geral, quarenta e quatro por cento da população não lê e trinta por cento nunca comprou um livro. Um dado alarmante se considerarmos que o país tem mais de duzentos e oito milhões de pessoas, segundo o último senso realizado no Brasil.

A crise econômica pela qual o Brasil passa desde 2014 também é citada por Maíra, quando questionada se ela considera que seja difícil publicar no país: “É preciso dinheiro para fazer o investimento inicial e todos sabemos a crise que o país e os brasileiros estão

2 Entrevista disponível em: <http://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2019-04/mercado-editorial-brasileiro-vive-cri-ses- aponta-cbl>. Acesso em 10/04/2019.

3 Pesquisa completa disponível em: <http://cbl.org.br/imprensa/noticias/pesquisas-producao-e-vendas-e-conteudo-digi-tal-do- setor-editorial-brasileiro-de-2021-revelam-dados-do-crescimento-do-setor>

4 Levantamento disponível em: <https://www.nielsen.com/br/pt/insights/article/2019/setor-livreiro-tem-queda-de-12-por- cento-em-volume-de-vendas-e-11-por-cento-em-faturamento-no-quarto-periodo-do-ano/>. Acesso em 10/04/2019.

5 Versão em PDF do estudo sobre o Retrato da Literatura no Brasil, organizado por Zoara Faila, com o apoio do Insti-tuto Pró-Livro: http://prolivro.org.br/home/images/2016/RetratosDaLeitura2016_LIVRO_EM_PDF_FINAL_COM_CAPA.pdf Acesso em 10/04/2019.

passando. É algo que demanda tempo, é preciso fazer divulgação e mostrar a obra para sua rede de contatos.”

O fechamento das unidades da Livraria Cultura no Rio de Janeiro, São Paulo e Goiânia revela o “Apocalipse das Livrarias no Brasil”, como sugere a manchete da revista Exame em outubro de 2018. A empresa não revela os balanços financeiros, por isso não há valores sobre os prejuízos dos últimos anos, mas ela já fez parte do ranking de vendas de livros no país. Entretanto, os reflexos da crise econômica e a forte disputa com a Amazon fez com que a empresa fechasse unidades pelo Brasil. Segundo Sérgio Herz, presidente da companhia, o setor encolheu quarenta por cento neste período de recessão.

Embora a crise econômica brasileira, além da forte concorrência com empresas como a Amazon (que atualmente lidera o número de vendas de *e-books* e eletrônicos no Brasil) sejam determinantes para o desempenho da indústria editorial, em 2017, segundo à Agência Brasileira do ISBN, mais de noventa e seis mil registros foram atribuídos aos trabalhos editoriais desenvolvidos no país. O ISBN corresponde ao número de registro internacional que classifica um trabalho por título, autor, região, entre outras especificações.

5 | LITERATURA DOS EXCLUÍDOS: “EU, MULHER NEGRA, RESISTO”

Esta frase que aqui replico no intertítulo foi encontrada no livro Não. Ele Não Está: “Eu, mulher negra, resisto” e homenageia a obra literária de Alzira dos Santos Rufino. A escritora, ensaísta, poeta e ficcionista tem publicações em artigos de jornais nacionais e internacionais. É ativista de movimentos das causas de Mulheres Negras, apoia causas contra violência domésticas e parte de sua produção literária é voltada para as questões das mulheres negras, violência doméstica, racismo e representatividade. Assim como Maíra, Alzira ocupa uma porcentagem inferior aos homens brancos no mercado editorial no Brasil. Mas elas existem e resistem.

Segundo a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD) em 2014, realizada pelo IBGE, cinquenta e três por cento dos brasileiros se declararam pardos ou negros, diante de pouco mais de quarenta e cinco por cento que se disseram brancos. Num mercado oscilante no Brasil, a representatividade literária abre portas para que mais pessoas se sintam representadas e tenham interesse em ler um livro. No país em que mais da metade da população é composta de pardos ou negros, ou como classifica Maíra em seu livro: “não-brancos”, a representatividade e a integração de pluralidades pode ser o caminho para estabilizar o mercado editorial e literário. Mas, acima de tudo, estimular o hábito de leitura aos outros públicos que buscam refletir sua realidade a partir das subjetividades encontradas na literatura.

DALCASTAGNÈ (2005) pontua em seu estudo que

Ao interromper suas atividades e abrir um romance, o leitor busca, de alguma maneira, se conectar a outras experiências de vida. Pode querer encontrar ali alguém como ele, em situações que viverá um dia ou que espera jamais

viver. Mas pode ainda querer entender o que é ser o outro, morar em terras longínquas, falar uma língua estranha, ter outro sexo, um modo diferente de enxergar o mundo. (DALCASTAGNÈ, 2005, p. 14)

Por isso ao falar de Redes de Cidades Criativas falamos também de integração. Atualmente, o Brasil tem aproximadamente duas mil e quinhentas livrarias atuantes⁶. Em 2012, o país contava com mais de três mil e quatrocentas livrarias em funcionamento, mas nem de longe consegue atingir o número considerado satisfatório para a UNESCO, que projeta o número de vinte mil livrarias atuantes como adequado, considerado a extensão territorial e o número de pessoas no país continental. Nesta conta a UNESCO considera que a cada cem mil habitantes seria indicado a presença de pelo menos uma livraria. Neste contexto, o crescimento das vendas de empresas virtuais, como também a falta de público nas lojas físicas, podem ser considerados ao analisar o mercado literário e editorial no país.

Entretanto, talvez o público literário brasileiro queira mais do que livros com histórias de brancos protagonistas e negros como mordomos e domésticas. Este desejo de pertencimento vai ao encontro com que sugere PENA (2005). Para o pesquisador:

Um bom livro permanece por gerações, influenciando o imaginário coletivo e individual em diferentes contextos históricos. Para isso, é preciso fazer uma construção sistêmica do enredo, levando em conta que a realidade é multifacetada, fruto de infinitas relações, articulada em teias de complexidade e indeterminação. (PENA, 2005, pag.9)

De acordo com DALCASTAGNÈ (2005):

O que se coloca hoje não é mais simplesmente o fato de que a literatura fornece determinadas representações da realidade, mas sim que essas representações não são representativas do conjunto das perspectivas sociais. O problema da representatividade, portanto, não se resume à honestidade na busca pelo olhar do outro quanto ao respeito por suas peculiaridades. Está em questão a diversidade de percepções do mundo, que depende do acesso às vozes não é suprida pela boa vontade daqueles que monopolizam os lugares de fala. (DALCASTAGNÈ, 2005, pag. 16)

“Quando vejo obras de mulheres como Conceição Evaristo e Djamilia Ribeiro nas vitrines das livrarias, sei que estamos tomando um lugar que também é nosso”, confessa Maíra. A autora conta que não sofreu nenhum tipo de discriminação durante processo de publicação do livro por ser mulher e negra. Ao contrário, sentiu-se respeitada durante e após o processo de editoração.

Um artigo publicado pelo El País durante a FLIP (Festa Literária de Paraty) em 2018 aborda a representatividade dos negros. No texto intitulado “Os negros como protagonistas na literatura num país maioria negra” é possível ter uma dimensão da discrepância existente na produção literária entre brancos e negros no país de todas as cores. No Brasil de 2022 ainda há um mercado consolidado na produção e investimentos de autores brancos, o que

⁶ Artigo: “As livrarias estão desaparecendo do Brasil”, disponível em: <https://www.terra.com.br/noticias/brasil/aslivrarias-estao-desaparecendo-dobrasil,842b3702d135b4d90c1ebcd379209b7es8xq5zz.html>. Acesso em 10/04/2019.

torna invisível e em segundo plano a produção literária de autores(as) negros. O periódico traz ainda um estudo que, coincidentemente ou não, Maíra havia passado durante a entrevista.

Tal Estudo corresponde a pesquisa coordenada pela professora Regina Dalcastagnè, da Universidade de Brasília (UNB), que evidencia dados indiscutíveis sobre a hegemonia branca e masculina nas produções literárias do Brasil. O estudo aponta que entre 2004 e 2014 apenas dois e meio por cento dos autores publicados não eram brancos. No mesmo recorte temporal, pouco mais de seis por cento dos personagens retratados nos romances eram negros, sendo que só quatro e meio por cento eram protagonistas da história. E, entre 1990 e 2004, cinco tipos de ocupações frequentes nos personagens negros eram: bandido, empregado doméstico, escravo, profissional do sexo e dona de casa.

Na pesquisa intitulada “Personagens do romance brasileiro”, DALCASTAGNÈ (2005) aponta ainda a predominância masculina. Entre 2004 e 2014, mais de setenta por cento dos romances brasileiros eram escritos por homens e quase trinta por cento produzidos por mulheres. Em relação à cor da pele, entre 2005 e 2014, quase noventa e oito por cento dos autores eram brancos, contra pouco mais de dois por cento de não-brancos.

Com intuito de equalizar este mercado seletivo, injusto e proporcionar integração entre autores, editoras e públicos, editorações segmentadas por nichos têm crescido no Brasil. Algumas, por exemplo, publicam material diversos do segmento LGBTQIA+. Outras, como a Malê, priorizam as publicações literárias de autoria negra. “Qualquer ação que vise democratizar a ampliação de leitores, terá que passar pela questão da diversidade e da representatividade na literatura”, comenta Vagner Amaro, homem negro idealizador da editora carioca Malê, em entrevista para o El País.

Assim como Amaro, Maíra também priorizou referências e inspirações de autores e autores(as) negros em seu livro. “Ao colocar referência a obras de Carolina Maria de Jesus, Elisa Lucinda e Baco Exu do Blues, entre outros, eu valorizo a produção artística negra e lembro que ‘nossos passos vêm de longe’, como já bem disse Fernanda Carneiro”, explica.

Esta questão central sobre representatividade já é percebida pela UNESCO, tanto que a Organização desenvolveu o projeto chamado “Uma nova página na História da África” e volta a publicar histórias sobre o continente africano depois de vinte anos. As primeiras coleções foram publicadas em 1964 e 1999 intitulada “História Geral da África”.

Por meio do Comitê Científico Internacional da coleção História da África, as publicações refletem os trabalhos de duzentos autores que desenvolveram o conceito de África Global. Esta retomada de publicar sobre a África em escala mundial (as primeiras edições foram publicadas em treze idiomas) possibilita a representatividade da cultura africana, negra e coloca-os como protagonistas na história de outros continentes. Com isso, tira o negro como plano de fundo cultural no qual tem sido renegado.

Para o presidente do Comitê Científico e professor da Universidade de Xiamen, na China, Augustin Holl, “este projeto tem o objetivo de capacitar os jovens, na África e

na diáspora, a entender melhor sua história e, conseqüentemente, lançá-los a um futuro no qual eles serão os donos de seus próprios destinos”. “Enquanto houver racismo e discriminação, haverá luta. Sigo lutando!” — Maíra de Deus Brito.

6 | RECORTE PÓS-PANDÊMICO: A ASCENSÃO DA CRIATIVIDADE, PROTAGONISMO E RESPIRO NO MERCADO EDITORIAL

Em 2019, quando esta pesquisa estava sendo elaborada para a disciplina de “Indústrias Culturais, Públicos e Mercados”, no Mestrado em Ciências da Comunicação da Universidade do Minho, em Braga, Portugal, o mercado editorial brasileiro enfrentava uma grande crise econômica. A crise impactava os mercados editoriais até chegar às livrarias, com o fechamento de unidades pelo país. Mas o que a Indústria Literária no Brasil, o público e os diferentes mercados não poderiam imaginar é que, meses depois, seríamos todos atravessados por uma pandemia. A COVID-19 chacoalhou o mundo. As Indústrias tiveram que se reinventar para captar públicos e fazer a economia e os mercados engrenarem para girar em novas perspectivas antes inimagináveis.

A ascensão da “CRIATIVIDADE” foi a saída determinante para minimizar os impactos financeiros da crise sanitária. Nunca uma palavra fez tanto sentido quanto esta nestes tempos. A criatividade se tornou solução, novos negócios, possibilidades, opção... a volta por cima para a pandemia global. FLORIDA (2002) já havia pontuado que a criatividade humana havia se tornado um agente central na economia e na vida das sociedades e a pandemia pela COVID-19 veio reforçar a ideia do autor.

Intercalando entre os períodos de medo em incertezas, a criatividade passou a ser latente no dia a dia dos brasileiros, impulsionada sobretudo pelas redes digitais. Ao passo que muitas pessoas precisaram se isolar, novos hábitos foram surgindo e novas perspectivas consideradas. O consumo de livros, a prática da escrita, a motivação para tentar algo novo e a formação de comunidades nas redes com interesses em comum foram determinantes para enfrentar a pandemia provocada pelo vírus SARS-CoV-2.

Recentemente, no início de 2022, o segundo Painel do Varejo de Livros no Brasil, produzido pela consultoria Nielson Bookscan e pelo Sindicato Nacional dos Editores de Livros (SNEL) indicou o crescimento de vinte e três por cento nas vendas de livros em 2021, em relação ao ano anterior. Enquanto em 2020 foram comercializados mais de 42,5 milhões de livros, em 2021 foram mais de 55 milhões de exemplares. O que indica uma retomada no hábito de leitura no cotidiano dos brasileiros no período de pandemia e pós-pandemia.

O aquecimento da Indústria Literária no Brasil destaca-se na atualidade também pelo número crescente de títulos exportados. Em artigo publicado, MATOS (2021) argumenta que o público fora do Brasil não se interessa apenas pelos livros clássicos, com também demonstram interesse em obras que abordam questões de populações nativas do

Brasil, costumes e assuntos religiosos. No texto, MATOS (2021) escreve que os livros do Indígena Ailton Krenak estão entre os mais exportados do Brasil para o exterior. Mais um ponto que reforça que a saída para a crise da Indústria Literária no Brasil pode estar na representatividade de autores e autoras, em toda sua diversidade, nuances e diferenças.

Para ROSÁRIO (2021), o crescimento assistido no Brasil sobre o número de publicações de livros e o surgimento de novos autores negros, é explicado a partir de editoras independentes e antirracistas, que impulsionam a presença de novos produtos plurais, oferecendo maior diversidade. Ou seja, a democratização do mercado editorial, por intermédio das pequenas editoras, corroboram para o bom desempenho da Indústria Literária no Brasil e, além disso, contribuem para haja uma mudança no mercado e no público pelo país. Como afirma Vagner Amaro, da Malê, em entrevista à ROSÁRIO (2021), a medida que novas histórias ganham força através de autores plurais e diversos, impulsionam o consumo por parte de públicos interessados em leituras produzidas por negros, mulheres, indígenas e por membros da comunidade LGBTQIA+.

7 | CONSIDERAÇÕES

O fechamento contínuo de livrarias pelo Brasil reflete a crise pelo qual o país atravessa desde 2014, além da forte concorrência com o mercado digital como no caso da americana Amazon. Com isso, coloca-o cada vez mais distante das projeções ideais da UNESCO de vinte mil livrarias operantes. Embora o brasileiro — como revela e pesquisa do Instituto Pró-Livro — não tenha o hábito de leitura, a falta de representatividade literária pode ser considerada como peça-chave no estímulo ao consumo de livros. Sendo assim, a falta de representatividade pode refletir no mercado editorial.

Num país com mais de duzentos milhões de pessoas, onde mais da metade da população é composta por não-brancos, é preciso pensar na literatura como agente integrador e no mercado editorial como proporcionador desta integração. Esta mudança de mercado, considerado a Indústria Criativa Literária no país, vai ao encontro das propostas de HOWKINS (2001), no qual as mudanças ditam a nova retórica original e criativa na literatura. Ou seja, a literatura negra compreende às rupturas propostas pela Indústria Criativa. Neste ponto, além da representatividade racial, podemos citar também a representatividade de gênero, étnica, sexual, entre outros, como determinantes para o êxito literário e editorial.

Editoras como a Malê têm assumido o papel de democratizar o acesso à literatura aos não-brancos, além de fomentar a produção literária de autores(as) negros do país e do mundo. Por isso “democratizar” e “representatividade” podem ser entendidas como palavras de ordem para trazer um fôlego para o mercado editorial e atrair novos leitores.

Os estudos de DALCASTAGNÉ (2005) sobre o papel dos personagens negros na literatura e a hegemonia branca e machista no mercado literário do Brasil indicam a

realidade vivenciada pelo setor durante décadas. O trabalho pioneiro de Dalcastagnè é um alerta, num primeiro momento para a necessidade de refletir o protagonismo negro na literatura, mas, também, sobre a necessidade de continuar pesquisando sobre os novos avanços na pauta. Durante esta reflexão, por exemplo, não foi localizado um levantamento sobre o número de aurores(as) negros nos últimos anos, bem como o aumento no número de editoras que contemplam este público, para que pudéssemos comparar com os estudos de Dalcastagnè.

Embora, em forma de Lei, o Brasil incentive a produção editorial e a promoção de novos autores, na prática a falta de investimentos financeiros impede que estes novos autores tenham seus livros publicados. Em contexto específico, esta dificuldade pode ser potencializada para autores negros. Isso porque, a literatura brasileira ainda é muito branca, e esta “branquitude” em autores e personagens apontados pelo estudo de Dalcastagnè pode dificultar, tanto o patrocínio, quanto o interesse por parte das editoras.

Por último, o trabalho de Maira, neste caso, vai além de ser um contributo jornalístico de denúncia social quanto ao genocídio da população negra no Brasil. Ele também é parte da engrenagem da Indústria Criativa literária que se esforça para se manter atuante e democrática. Por trás do trabalho da Mestra em Direitos Humanos existe todo um contexto de ruptura social da mulher negra que, através do seu livro-reportagem, consegue ganhar visibilidade nacionalmente sendo a voz de mulheres, jovens e homens negros silenciados pela sociedade e, também, pelo mercado literário.

REFERÊNCIAS

BRASIL, A. Mercado editorial brasileiro vive crises, aponta CBL. Disponível em: <https://epocanegocios.globo.com/Brasil/noticia/2019/04/mercado-editorial-brasileiro-vive-crisis-aponta-cbl.html> . Acesso em 18/04/2019

BRASIL, C. N. Comitê se reúne no Brasil para finalizar coleção de livros da UNESCO sobre história da África. Disponível em: <https://nacoesunidas.org/comite-se-reune-no-brasil-para-finalizar-colecao-de-livros-da-unesco-sobre-historia-da-africa/>. Acesso em 18/04/19

BRASÍLIA, U. O. Uma nova página na história geral da África. Brasília. Disponível em: http://www.unesco.org/new/pt/brasil/aboutthisoffice/singleview/news/a_new_page_in_the_general_history_of_africa/. Acesso em 18/04/19

CIVIL, P. D. C. Capítulo I da Política Nacional do Livro - Diretrizes Gerais. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/2003/L10.753.htm. Acesso em 18/04/2019

DALCASTAGNÈ, R. A personagem do romance brasileiro contemporâneo: 1990- 2004: Estudos de Literatura Brasileira, nº26, pp.13-71, Brasília, 2005.

DESIDÉRIO, M. Crise na Cultura escancara apocalipse das livrarias no Brasil. Disponível em: <https://exame.abril.com.br/negocios/crise-na-cultura-escancara-apocalipse-das-livrarias-no-brasil/> Acesso em 18/04/2019

FLORIDA, R. *The Rise of the Creative Class*. New York: Basic Books, 2002.

HOWKINS, J. *The Creative Economy: How People Make Money From Ideas*. Londres: Allen Lane, 2001.

ISBN, A. B. (s.d.). *International Standard Book Number: Agência Brasileira do ISBN*. Disponível em: <http://www.isbn.bn.br/website/site/relatorio/estatistica/relatorioProducao>. Acesso em 19/04/2019

OLIVEIRA, A. d. Os negros como protagonistas na literatura num país de maioria negra. *El País*, 20 de abril de 2019. Disponível em: https://brasil.elpais.com/brasil/2018/05/21/cultura/1526921273_678732.html. Acesso em 20/04/2019

MATOS, T. Como mercado de livros brasileiros aumentou vendas para fora e lucrou mais no 1º semestre de 2021 que em 2020 inteiro. *Artigo G1*, 31 de outubro de 2021. Disponível em: <https://g1.globo.com/pop-arte/noticia/2021/08/31/como-mercado-de-livros-brasileiros-aumentou-vendas-para-fora-e-lucrou-mais-no-1o-semester-de-2021-que-em-2020-inteiro.ghtml>. Acesso em 20/01/2022

PENA, F. *O jornalismo Literário como gênero e conceito: Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom*, 2005. Disponível em: http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/7731125638559101947920017565822228960_2.pdf

ROSÁRIO, F. Editoras independentes aceleram o crescimento de publicações de pessoas negras. *ALMA PRETA*, 10 de novembro de 2021. Disponível em: <https://almapreta.com/sessao/literatura/editoras-independentes-aceleram-o-crescimento-de-publicacoes-de-pessoas-negras>. Acesso em 20/01/2022

SOUSA, J. (org). *A prática antes da teoria e o foco no objetivo: uma proposta para o ensino universitário de jornalismo. Ensino e Pesquisa em Comunicação*. São Paulo e Rio de Janeiro: Intercom e UERJ, pp. 83-96, 2006.

WEISE, A. F. (s.d.). *Para compreender o jornalismo literário: Observatório de Imprensa*, São Paulo, 2013. Disponível em: http://observatoriodaimprensa.com.br/diretorioacademico/_ed730_para_compreender_o_jornalismo_literario/. Acesso em 18/04/2019

PERFORMANCE, MEMÓRIA E NARRATIVIDADE: AS CHAVES PARA A RESILIÊNCIA NO DOCUMENTÁRIO KÁTIA

Data de aceite: 04/07/2022

Jamilson José Alves-Silva

<http://lattes.cnpq.br/2179983342248893>

RESUMO: *Kátia* (Karla Holanda, 2012) é um documentário acerca de Kátia Tapety, que se tornou a primeira travesti eleita a um cargo político no Brasil – foi vereadora e vice-prefeita. Por meio desse filme, este trabalho pretende lançar luz a depoimentos, testemunhos e demais elementos narrativos sob o prisma do suporte teórico de alguns importantes estudiosos dos campos da resiliência, da performance, da produção fílmica de documentários, da memória e do trauma. Pelos elementos narrativos fornecidos pelo filme, o texto lança luz à subjetividade da protagonista por meio de suas vivências traumáticas e performances, a fim de analisar e entender como ela conseguiu ser resiliente ao longo de toda a sua vida. Esses elementos acionam hipóteses a respeito de como suas memórias individuais podem representar algo de caráter mais coletivo, fruto de uma conjuntura social e cultural que atinge não somente Kátia, mas também as pessoas LGBTQIA+ de uma forma mais geral.

PALAVRAS-CHAVE: Documentário, Resiliência, Memória, Performance, Trauma.

ABSTRACT: *Kátia* (Karla Holanda, 2012) is a documentary about Kátia Tapety, who became the first transvestite elected to a political position in Brazil - she was a city councilor and vice mayor.

Through this film, this article intends to shed light on reports, testimonies and other narrative elements from the perspective of the theoretical support of some important scholars in the fields of resilience, performance, documentary film production, memory and trauma. Through the narrative elements provided by the film, the text sheds light on the subjectivity of the protagonist through her traumatic experiences and performances, due to analyze and understand how she managed to be resilient throughout her life. These elements support the hypotheses that are triggered by some facts that indicate how her individual memories may represent something of a collective character, the result of a social and cultural conjuncture that reaches not only Kátia, but also the LGBTQIA+ community in general.

KEYWORDS: Documentary, Resilience, Memory, Performance, Trauma.

1 | INTRODUÇÃO

A produção cinematográfica no Brasil nas duas primeiras décadas do século XXI foi fortemente marcada pela presença de filmes nos quais temas como marginalidade, violência urbana e pobreza ganharam destaque. No caso do documentário sobre o qual se debruça este trabalho, *Kátia*¹ (Karla Holanda, 2012), esses temas estão presentes, ainda que seja possível admitir ou discutir certo grau de tangencialidade.

Em *Kátia*, a violência aparece, de forma muito mais simbólica que física, em diversos

¹ *Kátia*, em itálico, o documentário; Kátia, sem itálico, a pessoa que protagoniza o filme, resultado do convívio de 20 dias da equipe

testemunhos e relatos, nos quais a lembrança do pai de Kátia é a figura central, e em uma cidade muito pequena, de apenas oito mil habitantes, lugar onde ainda há muitas carências de ordem material que vão sendo mostradas de forma entremeada ao longo de toda a narrativa fílmica, principalmente nos momentos em que Kátia é retratada como figura política atuante, agente que luta contra a pobreza gerada pela escassez de recursos.

O filme em questão neste trabalho apresenta a vida Kátia Tapety, cujo nome de batismo é José, primeira travesti a ser eleita para um cargo político no Brasil. Foi a vereadora mais votada de seu município, Colônia do Piauí, por três vezes seguidas, e também exerceu o cargo de vice-prefeita entre os anos de 2004 e 2008. Na época da produção do documentário, aparentava ser uma senhora de quase 60 anos de idade. Paradoxalmente, toda essa trajetória de vida acontece em uma região apontada como uma das mais religiosas e conservadoras de seu estado.

A marginalidade à qual pessoas que não se enquadram no binarismo “heterossexual/cisgênero” costumam ser relegadas é o mote inicial da obra, cujo mérito principal seja, talvez, o de mostrar a protagonista como alguém que emerge desse contexto para assumir um papel de pleno controle sobre suas contingências e escolhas pessoais e, ademais, de figura pública admirada e respeitável.

Todo esse preâmbulo é necessário porque é imprescindível refletir acerca do que aponta Contrera (2017) quanto a um ponto central inerente à sociedade midiática, que é a questão do enfraquecimento do papel do contexto para o pensamento da comunicação. Áreas como a Linguística, especialmente no tocante à Análise do Discurso, trataram de forma exaustiva a centralidade do contexto para a atribuição de sentido. Cyrulnik (2005), ao tratar do tema dos processos humanos de geração de sentido nas relações interpessoais, afirma que “o significado do fato provém de seu contexto”. Portanto, seria impossível falar de Kátia sem analisar quem ela é de fato, de onde vem e o que representa socialmente.

A resiliência, conceito central com o qual se quer trabalhar aqui, é um termo surgido originalmente na área da Física, que é a propriedade que alguns corpos apresentam de retornar à forma original após terem sido submetidos a uma deformação elástica. Termo emprestado e reinterpretado por áreas das ciências humanas, a resiliência também pode ser pensada como a capacidade de se recobrar facilmente ou de se adaptar às mudanças e às adversidades.

Para pensar a resiliência inserida no campo da Comunicação Social, é imprescindível considerar o que estabelece Contrera (2017). A autora postula que “é preciso trazer à pauta da comunicação questões como o silêncio, o afeto, o vínculo, o corpo (...). O projeto da comunicação precisa considerar, mais do que nunca, seu potencial de oferecer estratégias de resiliência”. *Kátia* tem esse potencial e o leva a cabo.

Performance e memória também são construtos teóricos, dentre diversos outros possíveis, dos quais se pode lançar mão como operadores de análise fílmica. Na medida em de produção do documentário com ela em seu pequeno município, Colônia do Piauí, no sertão desse estado.

que são campos em que se registram e elaboram as experiências vividas pela protagonista do filme, especialmente aquelas mais dolorosas ou traumáticas, demonstram-se as emoções e o modo de ser das personagens em profundidade, o que também representa uma valiosa chave para pensar como tal documentário demonstra ser um valioso instrumento de resiliência, tanto da resiliência de Kátia com relação às adversidades que enfrentou na vida quanto da de outros seres humanos que, assim como Kátia, tenham passado por situações de discriminação, preconceito e estigmatização.

É obvio, não obstante, que um único filme seria incapaz de abarcar em suas totalidades os problemas levantados pelo texto. Há outros inúmeros documentários que retratam situações e questões relacionadas aos conceitos de vítima, trauma, performance, testemunho, memória etc., e que, por conseguinte, poderiam integrar o *corpus* a fim de incrementar o debate acerca do conceito de resiliência, mas a delimitação é imprescindível para que possa haver uma aproximação efetiva com a obra. Assim, predominam, em *Kátia*, momentos em que a performance é acessível mais facilmente; por outro lado, alguns testemunhos constantes da obra também apresentam relevância e fornecem matéria-prima para o debate de questões intra e extra fílmicas a respeito de resiliência.

Diversas contingências da vida de Kátia levam o espectador a perceber, de maneira inevitável, que sua vida foi marcada por eventos traumáticos desde muito cedo, quando ela ainda era criança ou adolescente. A cena inicial do filme, com Kátia em plano médio, sentada confortavelmente em uma cadeira, já traz uma das marcas centrais da narrativa, que demonstra claramente que a protagonista do filme precisou encontrar na resiliência seu principal mecanismo de sobrevivência. Ela mesma afirma, olhando firmemente para a câmera: “Meu pai dizia: o homem que vai ser viado tem que morrer”.

Assim, a partir dos dados fornecidos por esta obra fílmica, e tomando de forma justaposta os vários conceitos aqui brevemente expostos, nota-se um distanciamento dos conceitos de vítima (Souza, 2019a) ou de sujeito subalterno (Spivak, 2010), que serão explicados ao longo deste trabalho, unicamente como alguém à margem da sociedade de modo deliberado. É factível crer que a vítima ou o subalterno não existe em si mesma(o) ou por si mesma(o), mas sim que é fruto de complexas relações sócio-históricas nas quais instâncias de poder como família, Estado e igreja, com seus discursos, representações e atos, tentam alijar pessoas como Kátia do pleno exercício de sua cidadania.

A história de Kátia, cuja vida é objeto do documentário homônimo aqui em questão, vai ao encontro do que Michel de Certeau define como “novos sujeitos”. Tratadas como personagens, são despreziosas no início, ou seja, são pessoas “normais” que agem e em cujas afirmações é possível reconhecer um princípio de afirmação de identidade (CERTEAU, 1985). Trata-se de pessoas que modificam suas condições de existência transformando a necessidade ou a dificuldade em virtude, em força para seguir com suas vidas. São pessoas resilientes, portanto.

2 | PREÂMBULO: II GUERRA MUNDIAL X STONEWALL E SUAS DIFERENTES DINÂMICAS DE RESILIÊNCIA

Com relação ao documentário *Kátia*, e antes de jogar luz à análise mais detida dessa obra, tem importância notar que a discussão empreendida por estudiosos de documentários sobre situações traumáticas abordadas por essa modalidade fílmica apresenta, de acordo com Souza (2019b), basicamente dois eixos inexistentes no Brasil: o holocausto na Segunda Guerra Mundial e os genocídios perpetrados no século XX.

A existência desses dois eixos predominantes poderia sugerir equivocadamente que *Kátia* estaria fora do espectro de ambos, já que se trata de um documentário brasileiro da segunda década do século XXI. No entanto, pensando nos aspectos envolvidos nos conceitos de sexualidade e de gênero, gays e todas as pessoas que de alguma maneira se “desviavam” do que fosse enquadrado em um padrão heterossexual cisgênero² foram perseguidas e mortas pelos nazistas, ou seja, também foram vítimas do holocausto. Não obstante, por dinâmicas que este trabalho não tem como contemplar em profundidade, os homossexuais utilizaram o silêncio e o anonimato como forma de sobrevivência. Não puderam, não conseguiram ou não quiseram tomar para si, pelo menos não de forma vigorosa, a narrativa de vítimas desse massacre, que também perseguiu e assassinou grupos como judeus, negros e ciganos, entre outros. Nesse sentido, Pollak (1989:12) esclarece que

uma pesquisa de história oral feita na Alemanha junto aos sobreviventes homossexuais dos campos [de concentração] comprova tragicamente o silêncio coletivo daqueles que, depois da guerra, muitas vezes temeram que a revelação das razões de seu internamento pudesse provocar denúncia, perda de emprego ou revogação de um contrato de locação. Compreende-se por que certas vítimas da máquina de repressão do Estado (...) tenham sido conscienciosamente evitadas na maioria das “memórias enquadradas” e não tenham praticamente tido voz na historiografia.

O regime nazista, que pregava basicamente racismo e antissemitismo, também perseguiu os homossexuais porque, pela ótica nazista, a homossexualidade diminuiria as taxas de natalidade: menos bebês alemães sendo gerados representava algo oposto aos ideais nazistas de supremacia e expansionismo. Além disso, havia a crença de que a homossexualidade pudesse ser hereditária, por isso era necessário “barrá-la”.

No início do regime nazista, acreditava-se que os homossexuais não sofreriam perseguição porque um dos principais nomes do regime, o oficial Ernst Röhm, era assumidamente gay. No entanto, a situação mudou em junho de 1934, quando Röhm foi preso e executado. A partir de então, começou a ocorrer uma perseguição sistemática aos gays alemães. Houve relatos de pessoas que foram submetidas a experimentos médicos e violência, muitas vezes sexual, pelos guardas. Além disso, torturas, como castração,

² Cisgênero (ou somente cis) é o termo utilizado para referir-se ao indivíduo que se identifica, em todos os aspectos, com o seu “gênero de nascença”, ou seja, esse prefixo faz referência à concordância da identidade de gênero do indivíduo com a sua configuração hormonal e genital de nascença.

também eram prática recorrente. Assim, muitos dos sobreviventes homossexuais ficaram com graves sequelas psicológicas e físicas. Ademais, vários foram embora da Alemanha ou se protegeram no anonimato ao fim do regime nazista e da 2ª Guerra Mundial.

Dito de outro modo, o processo de silenciamento e de apagamento da memória a que os homossexuais estiveram submetidos ao longo de décadas e, com mais contundência, durante da II Guerra Mundial (1939-1945), reflete uma dificuldade ainda maior se a questão for pensada sob o prisma da falta de mecanismos de resiliência, da falta de tutores de resiliência.

Nesse sentido, Cyrulnik (2005) reforça a relação já conhecida entre contexto e memória, reforçando que a ação desses dois processos é central, inclusive, para que a resiliência seja possível. O que poderíamos chamar de “apagamento da memória” é tema recorrente em várias produções culturais. Até a literatura, âmbito predominantemente ficcional, ocupa-se frequentemente de contingências da memória, tendo-se incumbido, algumas vezes, de imaginar a vida humana sem a capacidade de narrar e de produzir memória.

Seríamos como os habitantes da Macondo de García-Márquez no clássico *Cem Anos de Solidão* na qual todos, dispostos a lutar contra o esquecimento crônico que os acometia, penduraram nos cachacos das vacas os seguintes dizeres: “*Esta é a vaca, tem-se que ordenhá-la todas as manhãs para que dê leite e o leite deve ser fervido para ser misturado com o café para fazermos café com leite*”. Então, continuaram vivendo em uma realidade escorregadia, momentaneamente capturada pelas palavras, mas que haveria de fugir sem remédio quando esquecessem os valores da letra escrita” (GARCÍA-MÁRQUEZ, 1967:48). Assim, a obra demonstra, mesmo que no âmbito da ficção, que nossa existência sem a capacidade de produzir memória reduz-se a uma quase inexistência.

Os homossexuais, engolfados por esse processo de “apagamento” de suas experiências, fazem parte de um intrincado (e cruel) processo presente em diversas sociedades modernas, nas quais há uma “crise dos grandes relatos sociais” (Contrera, 2017). De certa forma, isso nos faz pensar que a narração é parte importantíssima da experiência, e que o que não é narrado, contado, registrado, corre o risco de deixar de existir na diacronia do tempo. Assim, ao tratar dos processos de resiliência, Cyrulnik (2005) recoloca a temática da memória como uma das mais centrais de nossa época. Assim, sem narração, sem registro, sem memória, os processos relacionados à resiliência ficam sobremaneira dificultados.

Em contrapartida, há outro evento que parece assumir o “papel do holocausto” nos eixos narrativos de alguns documentários sobre a temática LGBTQIA+, embora de proporções muito menores, praticamente incomparáveis com as atrocidades perpetradas pelos nazistas: a Revolta de Stonewall³, ocorrida em Nova Iorque, em junho de 1969.

3 A Revolta de Stonewall foi uma série de manifestações violentas e espontâneas de membros da comunidade LGBTQIA+ contra uma invasão da polícia de Nova York no bar Stonewall Inn, no bairro de Greenwich Village, em Nova York,

Embora a perseguição nazista aos homossexuais e o evento que ficou conhecido como a Revolta de Stonewall não possam ser tomados como fatos paralelos ou equivalentes em intensidade, são os desdobramentos desses dois eventos traumáticos que merecem reflexão e alçam Stonewall em termos de relevância: enquanto o holocausto silenciou muitas de suas vítimas, como foi o caso dos homossexuais perseguidos e torturados, Stonewall deu voz a esse grupo, tendo funcionado como uma espécie de gatilho para a “liberação gay”, para a busca mundial pelos direitos da população LGBTQIA+ e, por conseguinte, para o estabelecimento de um processo de resiliência que passou a fortalecer questões ligadas ao enfrentamento das inúmeras injustiças a que esse grupo vinha sendo submetido até então (o que torna Stonewall algo muito emblemático e com desdobramentos muito diferentes, em termos de resiliência, dos da 2ª Guerra Mundial).

Tal revolta enquadra-se na definição de evento traumático de Alexander (2004), pois, se determinado fato é extremo ou espantoso, de difícil assimilação por seus efeitos desestruturantes, e deixa marcas indeléveis para uma coletividade, pode-se considerá-lo traumático. *Antes de Stonewall* (Greta Schiller, 1985), *A Revolta de Stonewall* (Kate Davis, 2010) e *Vida e morte de Marsha P. Johnson* (David France, 2017) são três documentários estrangeiros que se ocupam do tema.

Na história oficial do Brasil, não há registros de genocídios, que são processos de extermínio deliberado de uma comunidade, grupo étnico, racial ou religioso, embora diversas áreas do conhecimento apontem a Guerra de Canudos ou o extermínio de milhões de indígenas ao longo destes mais de cinco séculos pós-descobrimto pelos europeus como genocídios, para citar aqui apenas dois casos bastante complexos e escamoteados pela oficialidade das instâncias de poder brasileiras.

Não obstante, mesmo não havendo genocídios reconhecidamente registrados pelo Estado brasileiro, há muita violência em nosso território, e são constantes no Brasil os casos de assassinatos cometidos tendo como única motivação o fato de que a vítima era gay, travesti ou transexual.

Conforme Tirabassi et. al. (2018), constata-se um número exponencial de casos de morte de pessoas LGBTQIA+ no Brasil. Em 2016, por exemplo, houve 343 homicídios registrados, ou seja, quase um assassinato por dia. A expectativa de vida de travestis, transexuais e sujeitos com identidades de gênero dissidentes é de apenas 30 anos em média, ao passo que para homens e mulheres não transgêneros essa expectativa mais que dobra: é de 74,6 anos.

Kátia, afortunadamente, consegue retratar a vida de alguém que, em grande medida, conseguiu subverter essa perversa lógica. E, para tanto, para existir em uma sociedade tão violenta, foi importante ter sido resiliente e contado com o apoio de alguns tutores de resiliência, conforme se vê ao longo de todo o filme.

nos Estados Unidos, em 28 de junho de 1969. Esse acontecimento é considerado por muitos como o mais importante do movimento “mundial” de libertação gay e da luta pelos direitos das pessoas LGBTQIA+.

3 | PERFORMANCE E SUBJETIVIDADE EM *KÁTIA*: A RESILIÊNCIA E OS SEUS TUTORES

O conceito de performance consiste em um fenômeno significativo no que tange à compreensão do mundo contemporâneo. Tem sua materialização fundamentada em conhecimentos, saberes e habilidades de um indivíduo e revela aspectos da dimensão subjetiva do indivíduo que “performa”. A união de corpo, tempo, espaço e receptor formam as bases de uma performance.

Assim, aproximando a ideia de performance à de *self*, à de “representações de si mesmo”, é possível moldar a impressão que é formada por alguém a nosso respeito no momento da interação real entre os indivíduos, ou seja, no “face a face” do cotidiano (GOFFMAN, 1967). Dito de outro modo, essa ideia goffmaniana, tão presente no documentário *Kátia*, sugere que performance é “toda atividade de um dado participante numa dada ocasião, a qual serve para influenciar, de alguma maneira, qualquer outro participante” (GOFFMAN, 1971). Para esse autor, a performance implica que sempre atuamos para alguém, ou seja, suas ideias jogam mais luz ao papel do receptor de uma performance.

Também é possível pensar a performance como estratégia utilizada a serviço do convencimento de outrem, ou ainda, como defende Kirshenblatt-Gimblett (2007), toda e qualquer atividade humana pode ser entendida como performance, a partir do momento em que “os contextos histórico e social, a convecção, o uso, a tradição, dizem que é” (SCHECHNER, 2006). Dito de outra maneira, é preciso observar que, no caso do conceito de performance, Schechner tem como prisma o agente desse conceito (ou seja, o agente da performance, aquele que “performa”) e os comportamentos que dele (ou nele) se repetem na cotidianidade. Assim, repousando nosso olhar sobre isso, é bastante factível afirmar que a performance é o fio condutor preponderante em *Kátia*, portanto.

Em *Kátia*, vemos, na protagonista, um corpo que não é objeto, mas sim sujeito da performance. O documentário oferece ao espectador, o tempo todo, a utilização da imagem como estratégia contrafóbica, com uma Kátia plenamente integrada ao ambiente a que pertence, que é gregária e porosa. O documentário é permeado por imagens que “conversam” com o espectador.

Tais imagens, essas que “conversam” com o espectador, que demonstram que a vida de Kátia tem vínculos que se alimentam, trazem para dentro do filme e para o espectador a centralidade do corpo, do “corpo que pede corpo”. Embora o filme seja um produto audiovisual (e não da ordem da comunicação presencial, portanto), as imagens e interações que ele capta nos remetem a fatos da ordem da presença, do registro da interação real de Kátia com outros participantes do documentário. O corpos que performam no filme podem ser entendidos sob a ótica de Baitello Júnior (2012), corpos com toda a sua sensorialidade, corpos complexos “de tal ordem das coisas presentes (com o duplo sentido de presença

física e de um tempo específico do presente)”, o corpo como algo mais complexo que suas abstrações, o corpo como ponto nevrálgico da existência, “entroncamento de uma história passada com um sonho futuro” (BAITELLO JÚNIOR, 2012).

Ao longo de toda a obra, o que mais se vê é Kátia em suas atividades cotidianas, que vão da lida com animais como bodes, vacas e galinhas à sua atuação política, não sem passar diversas vezes por suas relações familiares e laços de afeto. Kátia conversa com trabalhadores rurais, conhecidos, juízes, comerciantes, vizinhos e, em momentos que dão conta mais especificamente de demonstrar ao espectador as memórias pessoais de Kátia, com seus familiares e amigos mais achegados, tema que será mais bem comentado adiante neste trabalho.

Kátia explica como é dura a vida em um lugar de clima quente e seco, com poucos recursos: “O gado ‘tá’ bebendo água da Agespisa [a companhia de água que abastece a região: Águas e Esgotos do Piauí S/A] porque não tem água no tanque. Tem que pagar caro para ele beber”. Logo em seguida, falando com quem a filma, Kátia afirma, ainda a respeito da criação de animais em um lugar onde a água é escassa: “Criar, num sertão desse, você ‘tá’ vendo aqui o sofrimento. ‘Tá’ vendo?”.

Com relação ao aspecto visual da elaboração do documentário, além dessa cena, há muitas outras semelhantes, também em plano aberto, que mostram o sol inclemente, a aridez do solo e a secura da vegetação. “‘Tá’ tudo secando, mas Deus é maravilhoso. Ainda vai chover antes de secar”. E, em consonância entre discurso e imagem, a cena seguinte mostra uma chuva torrencial, bastante rara naquela região do país, porém ilustrativa da fé de Kátia e de sua integração com os sinais da natureza.

Em um trecho um pouco mais adiante, o documentário mostra Kátia lendo as palavras de um quadro pendurado na parede do cartório da cidade. Essa leitura evoca em Kátia, segundo ela mesma explica a quem a está filmando, a recordação do dia em que teve de submeter-se ao teste à sua candidatura, para provar que não era analfabeta, a pedido de seus opositores políticos. Na sequência imediata, surge uma garotinha de aparência adorável, com uniforme escolar e mochila nas costas. Ela é a filhinha de Kátia, que suscita, de volta ao cartório, o diálogo que é, quiçá, o mais tocante do filme: “O senhor sabe que eu tenho uma filha adotada, que eu crio, e minha filha é tudo na minha vida, que eu amo. Eu quero dar o pontapé de registrar ela como filha legítima”.

Em seguida, vem outra cena da menina, agora na escola, apresentando as amiguinhas e respondendo a perguntas feitas por (supõe-se) Karla Holanda, a documentarista. As meninhas, pueris, riem por não saberem dizer qual conteúdo estão estudando atualmente. Volta o cartório à cena. O juiz explica a Kátia que “você poderia fazer esse registro; mas, aí, não como mãe; (...) então, nesse caso, pode muito bem requerer essa adoção e nós estamos aqui, prontamente, para verificar as condições de legalidade para fazer essa adoção”.

Este trecho do filme, além de muitos outros, remetem o espectador à importância

dos tutores de resiliência, que, segundo Contrera (2017), seriam “pessoas ou instâncias que partilham a experiência da ressignificação implicada na resiliência”, com experiências que têm em comum a centralidade dos processos comunicativos para que a resiliência se estabeleça como possibilidade real. A filha de Kátia é, indubitavelmente, uma de suas principais tutoras de resiliência.

Essa fala do juiz a respeito das condições de legalidade da adoção suscita uma resposta de Kátia, com uma afirmação em que ela demonstra que não lhe importa como a vejam, como as pessoas ou o Estado “a classifiquem”. Seu senso de amor ao próximo passa por cima das classificações de gênero “homem ou mulher”: Kátia quer o bem geral, e, em específico, o de sua filha, aceitando ser, perante a lei, e mesmo diante de sua subjetividade feminina, seu pai.

Com anacolutos tipicamente orais, Kátia diz, com ar de grande felicidade: “Então, viu, Karla: Kátia nunca mexeu com xereca, mas vai entrar como pai. Porque tudo para mim na vida é deixar minha filha, é formar minha filha, e os bens que eu tiver, deixar para a minha filha”. Então, Kátia vai saindo, vai indo embora do ambiente, com passos firmes, resmungando alguma coisa e depois dizendo “Estou nervosa”. Até que vira um corredor, sai de cena, retorna e diz: “Filma eu descendo a escada”.

Não por coincidência, as duas cenas seguintes mostram Kátia descendo por uma escadaria; a primeira, em plano americano e ângulo contra-plongée; já a segunda, em plano médio e ângulo plongée, tem como o desfecho Kátia cumprimentando uma amiga, possivelmente funcionária do cartório.

Voltando um pouco mais à parte teórica do que a performance representa em uma obra fílmica, a conversão de recursos como o corpo, o tempo, o espaço e o receptor forma a base da performance. Dessa maneira, por meio de representações de si mesmo (self), é possível moldar a impressão que se forma a nosso respeito no momento da interação “real” dos indivíduos, isto é, no face a face (GOFFMAN, 1967). Ademais, a ação performática acontecerá com o emprego dos recursos disponíveis e se apresentará de maneira semelhante àquela ocorrida no palco de um teatro, ou seja, na performance também está contida a ideia goffmaniana de que ela consiste em ser “toda atividade de um dado participante numa dada ocasião, a qual serve para influenciar, de alguma maneira, qualquer outro participante” (GOFFMAN, 1971). Assim sendo, as estratégias utilizadas para convencimento de grupo ou indivíduo parecem estar no cerne da prática, uma vez que convencimento é uma premissa relevante para o sucesso da performance.

No entanto, a performance, entendida neste artigo como um conceito mais alinhado ao de teóricos como Goffman (2009) e Schechner (2013), corresponde ao papel de uma chave que dá acesso à dimensão subjetiva de alguém, veículo para a materialidade das emoções que revela, por meio de atividades banais do cotidiano, as diversas nuances da pessoa em foco, as múltiplas vozes que ecoam dentro dela –sua subjetividade e tudo o que a mantém resiliente, enfim. Esse entendimento do papel desempenhado pelo ator social no

documentário vem para contribuir com o enfraquecimento de um tratamento objetificador das pessoas constante em outros momentos da historiografia da produção audiovisual documental.

Assim, tendo o convencimento como premissa relevante para o sucesso da performance, o documentário *Kátia* opera nessas chaves quase ininterruptamente. A performance, do *performer* tido como ator social, é o fio que tece a narrativa do documentário aqui analisado. Nesse sentido, Kátia “performa” dançando e discursando em cima de um caminhão durante a parada gay de sua região, ensinando docemente a filhinha a não chamar as travestis de “viadas” ou ao conversar com o médico do posto de saúde da cidade sobre prevenção a DSTs (doenças sexualmente transmissíveis) e métodos contraceptivos para a população.

4 | MEMÓRIA E TRAUMA EM KÁTIA: PONTES PARA A RESILIÊNCIA

Ao longo de todo o documentário, há inúmeros momentos em que se revelam memórias. A primeira, e talvez a mais impactante de todas devido a seu aspecto claramente traumático, é a cena inicial do filme, com Kátia em plano médio sentada em uma cadeira, conversando “com a câmera” e reproduzindo uma fala de seu pai, que dizia: “O homem que vai ser viado tem que morrer”.

Embora esta obra fílmica apresente como qualidades a não vitimização da protagonista e uma narrativa que não se baseia em dualismos “certo X errado” ou “bem X mal”, essa fala, colocada logo de início, além de outras ao longo do documentário, remete-nos à afirmação de Cyrulnik (2001:22) de que “os destroçados do passado têm lições a dar-nos” e parece conter indícios de certo “revanchismo” da parte de Kátia: de certa maneira, tudo o que ela construiu e a figura pública em que se transformou aparentam ter como base a vontade de contestar seu pai, de dizer a ele que estava errado.

Assim, essa abertura do filme é bastante perturbadora, uma vez que traz ao espectador o grande peso psicológico e social que seres humanos como Kátia costumam suportar ao longo de suas vidas. Trata-se de algo que representa uma grande violência simbólica (que, muitas vezes, materializa-se em agressões também de ordem física, embora não seja o caso retratado em *Kátia*).

O documentário aqui em análise nos remete constantemente às tentativas de silenciamento a que gays, travestis e transexuais costumam ser socialmente submetidos e também ao que explica Nora (2012:15) com relação à materialização da memória desde o que ele denomina “tempos clássicos”: “Desde os tempos clássicos, os três grandes produtores de arquivos reduziam-se às grandes famílias, à Igreja e ao Estado”. Por conseguinte, se considerarmos que os “produtores de arquivos” são “produtores de memória”, na medida em que são aqueles que têm voz e que perpetuam com suas narrativas uma ordem “natural” das coisas, vemo-nos novamente diante de uma tríade,

da qual pessoas como Kátia estão excluídas, já que são discriminadas por suas famílias, tradicionalmente costumam ser condenadas pela moral da Igreja/das religiões e, também, discriminadas ou ignoradas pelo Estado – o que dificulta, sobremaneira, todo mecanismo ou processo que envolva resiliência.

Com relação às relações familiares, o trauma de Kátia com seu pai emerge de forma constante. Nesse sentido, há diversos testemunhos ao longo do filme que corroboram a versão de Kátia a respeito das vivências com seu pai. Trata-se de tutores de resiliência para Kátia, como primos, irmãos e amigos que presenciaram sua vida e que têm um vínculo fraternal/geracional, de horizontalidade com ela – conforme aponta o estudo de Harlow (1965), no qual se descrevem os tipos de vínculo.

Em uma das cenas do filme, em seus primeiros minutos, é mostrada uma cena de conversa entre um grupo de senhoras e Kátia, que termina com Rita (prima de Kátia), Kátia e as outras senhoras cantando e rezando juntas. Em seguida, aparece o primo Carlos, médico conhecido como “doutor Biu” (irmão de Rita). Kátia o apresenta como uma espécie de guardião das memórias de Oeiras, uma vez que ela, mais jovem que ele, foi criada em Colônia do Piauí (muito provavelmente, pelo que o filme induz a pensar, pela tentativa de seu pai de escondê-la do restante da família e de apartá-la da esfera social; a fala de Carlos “Biu” é um dos muitos trechos que parecem confirmar tal fato):

Kátia me provocou aqui uma lembrança. Veja, logo a primeira casa à esquerda era a do tio Bastin [pai de Kátia] e de tia Ceci. Então, assim, na varanda, eu vi os filhos de tio Bastin por ali. Quando os três entraram rapidinho, por último, eu vi a Kátia, com aquele jeitinho feminino de andar, tá entendendo? Chamou minha atenção, como também dos meus irmãos e primos. O certo é que a gente fez uma visita pela sala, foi servido cafezinho, os outros irmãos de Kátia vieram cumprimentar os visitantes, mas Kátia não apareceu. Isso me parece que tinha uma certa severidade para que não fosse exibida essa figura tão linda que é Kátia. Nisso tinha todo um preconceito”.

Ao final dessa colocação do primo “Biu”, Kátia acrescenta: “Era meu pai, ele me deixou com trauma, mas isso não me empatou, porque hoje se ele fosse vivo estava vendo a filha brilhando, com purpurina”. Em seguida, “Biu” completa:

“A Kátia foi um marco divisor entre as pessoas que adotavam a homofobia, porque muita gente deixou de ser homofóbica por causa de Kátia, da atuação de Kátia pela política, pelo seu trabalho social desenvolvido e pela maneira carinhosa de como se dar com as pessoas todas. Evidentemente que a cidade sempre teve preconceito, aqui em Oeiras, sempre teve, como nós chamamos mesmo de “maricola”, que é um termo muito nosso”.

As colocações desse primo de Kátia, e também as dela mesma, nessa cena, trazem consigo algumas operações importantes, para as quais é necessário que se tenha um olhar mais atento, pois tiram as pessoas travestis ou transexuais de um imaginário de figura apenas fetichizada, como se elas fossem somente uma pessoa homossexual que negou sua masculinidade na aparência física. O que o primo Carlos diz (e o próprio documentário

de uma maneira geral) foge do binarismo simplista que costuma envolver discussões ligadas a gênero em vários âmbitos da sociedade e opera em indagações consoantes com as trazidas à baila por Spivak (2010) a respeito do “sujeito subalterno”.

À luz de Spivak (2010:12), o sujeito subalterno é aquele que pertence “às camadas mais baixas da sociedade constituídas pelos modos específicos de exclusão dos mercados, da representação política e legal, e da possibilidade de se tornarem membros plenos no estrato social dominante”. Tendo como ponto central sua história pessoal, de uma indiana duplamente impedida de autorrepresentar-se na sociedade daquele país por ser mulher e por ser viúva, a autora chama atenção para o fato de que o subalterno, mesmo quando consegue falar, não encontra os meios para fazer-se ouvir nem quem o escute (à luz dessa afirmação, é legítimo pensar que o subalterno é também aquele que mais precisa de tutores de resiliência, mostrados em abundância no documentário *Kátia*).

As considerações da autora desembocam em um processo de violência epistêmica, cuja tática de neutralização e homogeneização do “outro”, seja ele subalterno ou colonizado, consiste em invisibilizá-lo e silenciá-lo, expropriando-o de qualquer possibilidade de representação. No entanto, em *Kátia*, apesar das memórias que envolvem o pai da protagonista, esse subalterno concebido por Spivak, que costuma ser homogeneizado, pode falar e ter vozes particularizadas, pormenorizadas em suas peculiaridades. Nesse sentido, *Kátia* contraria as conclusões de Spivak e “dá um passo além” ao demonstrar que, sim, a “subalternidade” pode (e deve) ter voz. Um exemplo bastante ilustrativo disso que se está tratando aqui é a fala final da cena de *Kátia* com seu primo Carlos “Biu”, na qual ela evoca mais uma de suas memórias traumáticas:

“Um empresário aqui, eu entrei no comércio dele. Não vou citar o nome porque ele me pediu mil desculpas. ‘Ei, burra preta, o que é que tu quer’? Eu digo olha é a última vez que eu entro no seu comércio para comprar, porque eu nunca lhe dei esse lugar de você ‘vim’ com falta de respeito comigo. Eu sou travesti! Quer me chamar de *Kátia*? Chame! Quer me chamar de Zé de Bastin? Chame! Mas não vir com burra preta porque não fui batizada de burra preta nem de viado. Eu sou cidadão igual a você, eu pago meus impostos e você paga os seus: então, me respeite!”.

Nesse sentido de “desomogeneização do indivíduo subalterno”, o documentário também dedica parte de seu tempo a tecer sua narrativa com base em peculiaridades inusitadas, fatos que quem não vive nesse grupo marginalizado talvez nem imagine que possam ocorrer e que são contados, em certa medida, com leveza e bom humor: Na intimidade de seu quarto, com vários *takes* em *close-up*, *Kátia* se maquia enquanto se ouve uma música instrumental calma. Na hora do rímel e do delineador, o *close-up* se intensifica e ficam em cena apenas os olhos da protagonista absoluta do filme. Ela arruma os cabelos. Depois, *flashes* mostram-na em uma festa em um lugar fechado (tudo leva a crer que se trata de uma boate). Em outro momento, quando *Kátia* está com uma maquiadora, Sabrina, ela lhe diz: “olha pra câmera” (vale recordar e ressaltar que *Kátia* parece nunca perder de

vista a presença da câmera a que está exposta o tempo todo).

Depois, quase imediatamente, Kátia diz, referindo-se ao processo de vestir-se para aparentar mais feminilidade: “Oh, sofrimento de travesti, meu Deus. Pra chamar a atenção tem que ficar diferente, né?”. Após concluído o processo relativo à indumentária, Kátia mostra a foto de seu RG para a câmera e diz: “[O documento de] Identidade é a cara de ocó⁴”. A cena seguinte mostra que toda a preparação era para Kátia ir votar. Ela é mostrada votando em uma escola da região e cumprimentando as pessoas.

Quando Kátia mostra seu RG, é possível ver não só sua foto com aparência masculina, senão também seu nome de batismo, que é José. *Kátia* traz uma particularidade interessante a respeito da protagonista do filme, que é o fato de que ela não dá tanta importância a como a chamam nem como a veem (se como homem, mulher ou qualquer outra classificação). Em diversos momentos, o documentário revela seu nome de batismo (o que, para muitas pessoas transexuais e travestis, é um tabu), ela mesma revela seu nome na cena em que relembra a discussão com um comerciante que a chamou de burra preta e, episódio ainda mais curioso, ela fala de si própria no masculino nos momentos em que contracena com seus familiares.

Na primeira cena do filme em que a interação de Kátia é com um familiar, ela diz: “Aqui, não sei se você já sabe a história de Benedito, que eu falei pra vocês que ‘era’ nove irmãos comigo, e o irmão ‘que’ eu sou mais ligado é ele, é o irmão que nas horas das agonias me socorre”. Seu irmão, Benedito Tapety, outro grande tutor de resiliência para Kátia, discorre:

“Eu tive a oportunidade de estudar um pouco mais e nisso busquei a compreensão e o entendimento de que ele tem a preferência dele, e a gente não pode condená-lo por isso. Apesar de ter alguns irmãos que não gostam, mas eu sempre aceitei, e todas as vezes em que amigos, tenho vários amigos, os amigos se referiam a ele como homossexual, eu sempre dizia ‘rapaz, ele é meu irmão’”.

Em uma das poucas intervenções da documentarista, ela imediatamente pergunta a Benedito:

- “E os outros irmãos chamam a Kátia como?”
- Zezão.

Segundo Halbwachs (1990), a lembrança carece de uma comunidade afetiva (como a família ou os amigos, no caso de Kátia), cuja construção se dá mediante o convívio social que os indivíduos estabelecem com outras pessoas ou grupos sociais. A lembrança individual baseia-se, então, nas lembranças dos grupos dos quais esses indivíduos fazem ou fizeram parte, resulta da combinação das memórias dos diferentes grupos em que estão ou estiveram inseridos. Sob tal ótica, os indivíduos participam de dois tipos de memória, a

⁴ “Ocó” significa “homem” na gíria utilizada por grupos gays. Disponível em: <<http://gshow.globo.com/programas/mais-voce/O-programa/noticia/2012/11/bofe-oco-e-amapo-conheca-girias-do-mundo-gay-que-estao-na-moda.html>>. Acesso em 14 de dezembro de 2020.

individual e a coletiva.

Por meio da categoria de memória coletiva, Halbwachs (1990) postula que a recordação e a localização das lembranças de um indivíduo não podem ser analisadas efetivamente sem que sejam levados em consideração os contextos sociais, que atuam como base para o trabalho de reconstrução da memória.

Assim, tendo em vista que as memórias de um sujeito nunca são apenas suas, uma vez que não podem existir de forma isolada, sem um grupo social que lhes dê respaldo, a memória nunca tem somente dimensão individual, especialmente nas relações em que a necessidade de resiliência esteja envolvida. A interações de Kátia com seus familiares, amigos e tantas outras pessoas ao longo de todo o documentário sinalizam essa “fronteira porosa” entre as dimensões da memória. Para Halbwachs (1990), cada memória individual é um ponto de vista sobre a memória coletiva, o que estabelece entre as duas instâncias de memória uma estreita relação – o que também estabelece estreita relação com Cyrulnik (2005), autor que aponta a temática da memória como uma das mais centrais de nossa época e ressalta a interdependência entre contexto e memória.

O material humano com o qual este filme-documentário lida encontra respaldo, também, na reflexão empreendida por Pollak (1989:4), quando aponta que, para tratar corretamente do caráter potencialmente problemático de uma memória coletiva, inverte-se a perspectiva do trabalho de constituição e de formalização das memórias: “ao privilegiar a análise dos excluídos, dos marginalizados e das minorias, a história oral ressaltou a importância de memórias subterrâneas que, como parte integrante das culturas minoritárias e dominadas, opõem-se à ‘memória oficial’”, ou seja, trata-se de um procedimento metodológico que dá protagonismo a grupos como o que Kátia representa, pois “essa abordagem faz da empatia com os grupos dominados estudados uma regra metodológica e reabilita a periferia e a marginalidade” (POLLAK, 1989:4).

A partir de acontecimentos individuais presentes na memória de cada uma das personagens, vai sendo construída, pelos laços comuns que unem tais acontecimentos, uma memória que é coletiva, já que se assenta sobre uma base comum de repetição sistemática de violência, traumas e riscos, que confere senso de identidade ao grupo social representado em *Kátia*, o de travestis e/ou pessoas transexuais. Nesse sentido, há alguns testemunhos que parecem corroborar os sentimentos rememorados por Kátia.

A certa altura, e pensando em “testemunho” sob o prisma de sua etimologia, (“terstis”, “terceiro”), há um “terceiro” que fala a respeito de Kátia (ou seja, aqui, neste trabalho, aplica-se o conceito de testemunho às ocasiões em que a pessoa de quem se fala não está presente). Trata-se de um lojista, que fala em sua loja de calçados e roupas, ambiente bem organizado apesar de repleto de objetos, sob uma lente que enquadra quase toda a loja, onde também estão a mulher e os filhos do lojista:

“A pessoa que luta num lugar como esse, ‘vim’ da família tradicional, para ter força do jeito que ela teve, é muito difícil a pessoa conseguir. Se ela conseguiu,

é de admirar. Ela conseguiu vencer no meio de um sertão desse aqui. Você imagine, a família do jeito machista como é, uma pessoa sobressair do jeito que ela sobressaiu é muito forte. Sempre foi vereadora, depois vice-prefeita, e é muito querida na cidade toda lá. A gente vê quando vai lá e vê como é a coisa lá. É muito linda, é muito bonita a história dela. Batalha, mesmo”.

Há, ainda, dois caminhoneiros, amigos de Kátia de longa data, e um deles fala a respeito dela e de sua relação com seu pai, com câmera em *close-up*.

Zé era... naquele tempo, ele não era metido com 'mulherzada', não. Depois de muitos anos para cá é que ele começou a virar a mão, né? Quem descobriu que ele era assim foi um cara de fora, né? Aí estourou a bomba, o 'véio' ainda quis dar uma pisa. Quis "sequestrar" ele daí. Quis até matar ele. Foi, nessa época, foi. Aí foi que a família [se] reuniu. Deixou ele isolado lá na Colônia [do Piauí]. Tudinho saiu pra fora. Aí o 'véio' morreu também. Ele [Kátia] ficou sozinho.

Então, a documentarista (a quem escutamos sem ver) interrompe o testemunho e, referindo-se a Kátia, indaga:

- Ela ficava sozinha lá?

- Sozinha, sozinha.

Assim, encerra-se a paradoxal cena com os dois homens, em meio a um grupo de trabalhadores, indo embora. A câmera vai de plano médio a plano aberto enquanto o carro vai saindo do local (uma praça muito bem cuidada, pavimentada com paralelepípedos).

Aqui, mostrou-se adequado o uso do adjetivo paradoxal para descrever a cena. Note-se que, ao mesmo tempo em que conta fatos da vida de Kátia de maneira muito espontânea e corroborando as vivências de Kátia com seu pai, que ela alega serem traumáticas, esse amigo que conta a história a chama de Zé, trata-a no masculino, refere-se à sua feminilidade como “mulherzada”, diz que Kátia começou a “virar a mão”.

Além disso, ainda segundo ele, o momento em que todos passam a ter certeza da orientação sexual e da identidade de gênero de Kátia é descrito como “estourou a bomba”; Kátia, “ele”, foi isolado na Colônia e ficou sozinho. Kátia só merece o tratamento no feminino depois da intervenção da documentarista. Ou seja, embora o entrevistado que dá seu testemunho pareça ser amigo (e tutor de resiliência) de Kátia e ter afeto por ela, sua fala parece estar repleta de preconceitos incutidos com relação a gênero e sexualidade, dos quais, muito possivelmente, ele nem tenha consciência.

A relação de Kátia com sua família, especialmente no que tange às memórias traumáticas com seu pai e com outras pessoas, vai sendo desvelada e ficando clara ao espectador ao longo de todo o documentário.

Por fim, é importante ressaltar que a história de Kátia é retratada, em grande medida, como uma história que as clássicas instâncias produtoras de memórias tentaram calar, tentando perpetuar suas narrativas e relegar à subalternidade aqueles que estejam “fora” do que se apregoa como ordem “natural” das coisas. Além das inúmeras cenas de

Kátia relatando seus problemas com a família, especialmente com o pai, há cenas de Kátia em igrejas conversando com padres (que a criticam nas entrelinhas e que tentam moldá-la prometendo-lhe “um duvidoso além”). No entanto, por outro lado, a terceira instância apontada por Nora (2012) como clássica produtora de memória, o Estado, opõe-se, no documentário aqui analisado, às outras duas: restaura a voz da protagonista, reveste-a de dignidade e enseja as considerações finais deste trabalho de análise do documentário *Kátia*.

5 | CONSIDERAÇÕES FINAIS

Propôs-se, neste trabalho, a problematização de diversos conceitos, a fim de jogar luz a discussões em torno do conceito de resiliência, especialmente ao encontro das definições de Contrera (2017) e de Cyrulnik (2005). Kátia é retratada como uma pessoa que toma as rédeas de sua própria vida, que chama para si o protagonismo de sua existência, de sua sexualidade e de sua autopercepção de gênero, algo que só é possível para aquele(a) que conseguiu ser resiliente, que pôde contar, ao longo da vida, com bons tutores de resiliência.

A interpretação da narrativa do documentário *Kátia* conduz a discussão à possibilidade de atribuir sentido a acontecimentos que, à primeira vista, são muito específicos da vida de pessoas também específicas. No entanto, do aparentemente específico para o contextual, a obra fílmica sobre a qual este trabalho se debruça leva a crer que o que pessoas como Kátia vivenciam não configura casos à parte de violência e discriminação, mas sim fatos que integram uma rede de relações sociais de grande complexidade e com diversos agentes (à qual ninguém sobrevive sem resiliência).

Embora este documentário parta do trauma individual das relações da protagonista com seu pai e com outras pessoas de suas relações familiares, pessoais e sociais, sua linguagem narrativa deve ser vista como um ato coletivo de narração e memória, não só por criar condições para que se denunciem descaso das instâncias de poder, injustiças, traumas, silenciamentos e consequências, senão porque há elementos biográficos de Kátia que são coincidentes com os de outras pessoas como ela e que, na obra, convergem para um mesmo ponto identitário: trauma e estigma em um grupo socialmente marginalizado.

Afortunadamente, o trauma e o estigma no documentário aqui em questão não são retratados como um destino inevitável. Quando existe resiliência envolvida, não é possível que um trauma defina a vida inteira de uma pessoa, pois a resiliência evita que o trauma se perpetue. Resiliência relaciona-se, ademais, não com buscar um caminho pronto, mas sim com inventar um caminho para seguir em frente, tornarmo-nos donos de nossas próprias histórias, assim como Kátia Tapety o fez. E nisso está o ponto nevrálgico do documentário *Kátia*.

Assim, pelo caminho teórico aqui percorrido, no qual Cyrulnik (2005) recoloca a temática da memória como uma das mais importantes de nossa época, as memórias

individuais apresentadas “migram”, por sua recorrência e desdobramentos, para o campo da memória coletiva, e nos permitem depreender respostas a experiências graves que emergem, aqui, não necessariamente em condições coletivas, senão “para” condições coletivas. Poder ver uma história tão rica e cheia de nuances como a de Kátia sendo recontada faz-nos repensar e rever o lugar e o sentido dos acontecimentos e das pessoas envolvidas, o que é altamente instigante e revela muito a respeito de resiliência e de ser resiliente.

A partir de vivências traumáticas e das várias performances da protagonista, a tessitura dos fatos retratados demonstra como *Kátia* faz reverberar as vozes de um grupo alijado do protagonismo social, relegado a um intrincado processo de silenciamento, anonimato e apagamento e, ao fazê-lo, constitui-se como instrumento que empodera esse grupo ao mesmo tempo em que convida o espectador a lançar um novo olhar sobre a impossibilidade de definir de forma binária questões relacionadas a gênero e sexualidade. Kátia não é um corpo como objeto, mas sim um corpo protagonista; o documentário traz à baila o merecido protagonismo do corpo. *Kátia* mostra as trocas das relações humanas, as trocas dos seres gregários, as trocas que nos conferem sentido de existência. *Kátia* é um caminho contrário à estesia da mídia e ao pânico que se instaurou na sociedade midiática atual.

Também é importante lembrar a colocação de Nora (2012) quanto ao fato de que todos os grandes remanejamentos históricos consistiram em alargar o campo da memória coletiva. Nesse sentido, se as travestis, as pessoas transexuais e os homossexuais em geral fazem parte de um grupo silenciado e não historicizado, o trabalho de memória coletiva levado a cabo em *Kátia* abre horizonte para a possibilidade de dar voz a quem não costuma tê-la. E isso deve ser pensado, sobretudo, a fim de concatenar com a ideia final do capítulo imediatamente anterior deste trabalho, pelo fato de que Kátia não é mostrada como alguém oprimida pelo Estado, mas sim como alguém que faz parte dele (já que foi vereadora e vice-prefeita). Este, talvez, seja “o pulo do gato” da biografia da protagonista e do próprio documentário. Além de suas atitudes e maneira de encarar a vida, Kátia, ao passar a fazer parte de uma das instâncias historicamente produtoras de memória, diz ao mundo “eu estou aqui, tenho meu valor, minha voz, minha representação”, o que a afasta e a faz sair da subalternidade discutida por Spivak (2010).

Assim, as mudanças ocorridas no processo narrativo de filmes como *Kátia* representam, também, um suporte de memória que permite que Kátia e outros indivíduos como ela, além de as pessoas de seus meios familiar e social, reconstituam-se, reconheçam-se e compreendam-se, induzindo-(n)os a uma demanda de reparação simbólica que ultrapassa imaginários cristalizados e redutores a respeito de questões de orientação sexual e de identidade de gênero que ainda circulam insistentemente em nossa sociedade.

Por meio de uma montagem que articula as performances de Kátia com personagens com quem ela contracenava ou que falam a respeito dela, o documentário opera um duplo

movimento, que demonstra que alguém estigmatizado, que à simples vista poderia ser tachado apenas como um indivíduo socialmente à margem, é capaz de ser resiliente, atuante e contundente em seu discurso, evitando que a personagem fosse reduzida ao estigma da marginalidade ou de ser considerada apenas um outro exótico, o que possivelmente indica uma mudança de paradigma na prática documental.

Este filme – que fala de compreensão, resiliência, trocas, vínculos sociais, memórias, narração, empoderamento – parece instaurar uma ressignificação em busca de outro regime de visibilidade midiática, no qual ninguém nunca mais tenha de ouvir na vida real o que o pai de Kátia disse a ela logo na primeira cena do documentário.

REFERÊNCIAS

ALEXANDER, Jeffrey et al. (orgs.). *Cultural trauma and collective identity*. Berkeley: University of California Press, 2004.

BAITELLO JÚNIOR, Norval. *O pensamento sentado sobre glúteos, cadeiras e imagens*. São Leopoldo: Editora da Unisinos, 2012.

CERTEAU, Michel de. Teoria e Método no estudo das práticas cotidianas. In: *Anais do Encontro Cotidiano, cultura popular e planejamento urbano*. São Paulo: FAU/ USP, p. 3-19, 1985.

CONTRERA, Malena Segura. *Mediosfera – meios, imaginário e desencantamento do mundo*. Porto Alegre: Imaginalis, 2017.

CYRULNIK, Bóris. *Resiliência – essa inaudita capacidade de construção humana*. Lisboa: Instituto Piaget, 2001.

CYRULNIK, Bóris. *O murmúrio dos fantasmas*. São Paulo: Martins Fontes, 2005.

GOFFMAN, Erving. *Interaction Ritual: Essays on face-to-face behavior*. New York: Doubleday/Anchor, 1967.

GOFFMAN, Erving. *The presentation of self in everyday life*. Harmondsworth (UK): Penguin Books, 1971.

GOFFMAN, Erving. *A representação do eu na vida cotidiana*. Petrópolis: Vozes, 2009.

HALBWACHS, Maurice. *A Memória Coletiva*. São Paulo: Vértice, 1990.

HARLOW, Harry Frederick. *Behavior of nonhuman primates – modern research trends*. New York: Academic, 1965.

KIRSHENBLATT-GIMBLETT, Barbara. Performance Studies. In: BIAL, Henry. *The Performance Studies reader*. 2. ed. London/ New York: Routledge, 2007.

NORA, Pierre. Entre Memória e história: A problemática dos lugares. *Projeto História: Revista do Programa de Estudos Pós-Graduados de História, [s.l.]*, v. 10, out. 2012.

POLLAK, Michel. Memória, Esquecimento, Silêncio. *Revista Estudos Históricos*, Rio de Janeiro, v. 2, n. 3, p. 3-15, jun. 1989.

SCHECHNER, Richard. O que é performance?. In: *Performance studies: an Introduction*. 2 ed. New York/London: Routledge, 2006.

SCHECHNER, Richard. *Performance studies: an introduction*. 3. ed. Londres/Nova York: Routledge, 2013.

SOUZA, Gustavo. A tradição da vítima revisitada. In: *Anais do XXVIII Encontro Anual da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação*, 2019a, Porto Alegre. Disponível em: <http://compos.org.br/anais_texto_por_gt.php?idEncontro=Mjg>. Acesso em 14 de junho de 2020.

SOUZA, Gustavo. Trauma, narrativa e memória no documentário Ônibus 174. Porto Alegre: *Revista Famecos*, v. 26, n. 1, 2019b.

SPIVAK, Gayatri Chakravorty. *Pode o subalterno falar?*. Belo Horizonte: Editora da UFMG, 2010.

TIRABASSI, Tatiane Maria Oripa et. al. Gênero e sexualidade: um estudo documental acerca do “Pesquisar – Congresso Interdisciplinar de Produção Científica” da UNIFAN. *Anais do VII PESQUISAR, Congresso Interdisciplinar de Produção Científica da Faculdade Alfredo Nasser*. Aparecida de Goiânia, 15 a 17 de outubro de 2018.

Referências audiovisuais

KÁTIA. Karla Holanda, Brasil, 2012.

INDÚSTRIA 4.0 E GESTÃO SUSTENTÁVEL PODEM COEXISTIR?

Data de aceite: 04/07/2022

Diego Ramalho Brasileiro Silva

Milton Carlos Farina

TRABALHO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA REALIZADO EM 2021 DO PROGRAMA DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA DA UNIVERSIDADE MUNICIPAL DE SÃO CAETANO DO SUL USCS

OTRABALHO FOI APRESENTADO NO XI ENCONTRO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA USCS UFABC LINK: <https://propes.ufabc.edu.br/ic/simposios/edicoes-antecedentes/2021-xi-encontro-de-iniciacao-cientifica>

https://propes.ufabc.edu.br/images/ProPes/ic/eic/2021-xi-eic/hum_video-poster.pdf

RESUMO: A revolução industrial denominada Indústria 4.0 envolve novas tecnologias que impactarão nas atividades econômicas e o tema sustentabilidade está cada vez mais presente na pauta das empresas. Os novos processos industriais e a nova interação entre pessoas e máquinas indicam um longo caminho de adaptação dos envolvidos, principalmente da Indústria nacional. O Brasil tem muitos desafios, precisa participar ativamente dessa revolução e deve criar um programa brasileiro para fazer acordos com empresas de outros países e o governo precisa criar linhas de fomento e engajar as empresas de todos os portes. Identificar as oportunidades e as barreiras que surgem com a implantação da Indústria 4.0 com base na sustentabilidade e averiguar esses itens nas

produções acadêmicas que tratam dos dois temas Indústria 4.0 e sustentabilidade, pode contribuir como alerta para as empresas no Brasil que ingressam nessa revolução industrial, além de servir como temas de novos trabalhos na solução das dificuldades e na indicação das oportunidades. Contribui também para o desenvolvimento e sobrevivência das empresas e do bem estar das pessoas e da sociedade. A pesquisa é exploratória e visou obter maior compreensão a respeito dos temas Indústria 4.0 e Sustentabilidade junto a especialistas. Os entrevistados confirmaram a coexistência da Indústria 4.0 e do tema sustentabilidade e apresentaram inúmeras oportunidades e as barreiras para as empresas. A Indústria 4.0 causará impactos positivos nos 3 pilares referentes à sustentabilidade chamado de Triple Bottom Line (econômico, ambiental e social). A falta de familiarização com este novo normal poderá causar empecilhos para esta mudança cultural dentro das empresas, além do desafio na mudança da infraestrutura, com a necessidade de sincronismo de todas as fases das operações e do investimento por parte das empresas. Ressalta-se que a Indústria 4.0 não é a solução para todos os problemas ambientais, pois demanda a mudança de atitudes e de comportamentos das pessoas e da sociedade.

PALAVRAS-CHAVE: Indústria 4.0; Sustentabilidade; IoT; Inteligência Artificial; Gestão Sustentável.

INTRODUÇÃO

A revolução industrial denominada Indústria 4.0 (I4.0) envolve novas tecnologias que impactarão nas atividades econômicas e o tema sustentabilidade está cada vez mais presente na pauta das empresas.

A expressão Indústria 4.0 surgiu em 2012 na Alemanha e a China implementou o programa China Manufacturing 2025. Outros países desenvolveram programas semelhantes para participar da revolução industrial, que é um processo que integra a produção e auxilia na interação entre máquinas e profissionais da Indústria e as pessoas de modo geral. Os sistemas cyber-físicos contribuem para a digitalização na produção, onde profissionais e robôs trabalham juntos. Esse processo tem por objetivo aumentar a flexibilidade, diminuir custos e tempo, além de contribuir na melhoria da qualidade (LU, 2017).

A revolução Indústria 4.0 resultará em novos processos industriais mais eficientes e uma nova interação entre pessoas e máquinas, porém, o desafio é o longo caminho de adaptação das empresas e dos setores industriais (LU, 2017).

O Brasil tem muitos desafios, precisa participar ativamente dessa revolução e segundo Pereira e Simonetto (2018), deve focar na criação de um programa brasileiro, tal como o da Alemanha e da China, fazer acordos com empresas alemãs, estipular uma rede de testes e de simulação, linhas de fomento e engajar as empresas de pequeno e médio porte.

Os autores Andrade et al (2018) ressaltam que as ações voltadas para a sustentabilidade são desejadas e exigidas pelos *stakeholders*, nas empresas que se dedicam a produzir produtos que contemplam as questões econômicas, sociais e ambientais. Dessa forma duas tendências estão convergindo: a questão ambiental e a implantação da Indústria 4.0. Os autores concluem afirmando que a pesquisa na literatura acadêmica indicou que a integração dos dois temas, é explorada por diversas áreas e com diferentes objetivos: políticas de inovação, psicologia da inovação, relação da sustentabilidade com a transformação da cadeia de suprimentos e desafios das iniciativas da Indústria 4.0.

Dessa forma apresenta-se a questão que norteia este trabalho: quais são as oportunidades e as barreiras existentes na implantação da Indústria 4.0 com base na sustentabilidade?

Objetiva-se identificar as oportunidades e as barreiras que surgem com a implantação da Indústria 4.0 com base na sustentabilidade. Averiguar esses itens nas produções acadêmicas que tratam dos dois temas Indústria 4.0 e sustentabilidade e com entrevistas de professores e profissionais que tratam do tema, pode contribuir como alerta para as empresas no Brasil que ingressam nessa revolução industrial, além de servir como temas de novos trabalhos na solução das dificuldades e na indicação das oportunidades. Contribui também para o desenvolvimento e sobrevivência das empresas e do bem estar das pessoas e da sociedade.

Além da introdução, este projeto de pesquisa apresenta o referencial teórico com os temas Indústria 4.0 e sustentabilidade, os procedimentos metodológicos, a análise dos dados e as considerações finais.

REFERENCIAL TEÓRICO

A atenção e preocupação com o meio ambiente surgiu em 1920 com a definição de que os recursos naturais fossem considerados bens públicos e que, o poluidor deveria pagar esse custo, segundo Pereira (2013). A ONU em 1972 realizou evento a respeito do Ambiente Humano em Estocolmo que culminou com o Manifesto Ambiental e dezenove princípios para serem utilizados pelos países.

Em 1987 foi realizado outro evento no qual foi publicado o relatório “Nosso Futuro Comum” pela Comissão Brundtland e a definição do desenvolvimento sustentável que é o de atender as necessidades atuais das gerações, sem prejudicar a natureza, para o usufruto das gerações futuras.

Em 1992 ocorreu o evento RIO 92 na cidade Rio de Janeiro e em 2002 o RIO +10 em Joanesburgo com o intuito de compromissar os países e avançar na agenda das questões ambientais. A ONU realizou outros eventos, tais como o PRME (UN 2007) em 2007 a respeito dos princípios para a educação da gestão responsável PRME (Principles for Responsible Management Education) para que instituições de ensino signatárias realizem ações, eventos, inclusão em disciplinas, do tema sustentabilidade, nos seus cursos de

Administração, com o objetivo de formar futuros gestores que nas empresas, tenham um comportamento responsável com relação à sustentabilidade.

Marques (2019) diz que em um globo a sustentabilidade é fundamental para a permanência da raça humana, e devido ao grande abuso de recursos naturais, da qual sua reposição natural caminha em um processo mais lento em relação ao seu consumo, é preciso focar no desenvolvimento sustentável.

Em 2015 a ONU propôs e os países chegaram a um consenso a respeito de uma nova agenda do desenvolvimento sustentável, composto por dezessete Objetivos de Desenvolvimento Sustentável – ODS, denominada Agenda 2030. Essa Agenda tem maior amplitude e objetiva o fim da desigualdade, o desenvolvimento sustentável, paz e justiça para um mundo melhor (ONU, 2019).

Os pilares da saúde e bem-estar humano estão relacionados com a água e o saneamento e além da destinação doméstica, a água é necessária também para a produção de energia e para utilização da Indústria (MARQUES 2019)

Silva et al (2019) tratam o tema sustentabilidade como principal ponto do desenvolvimento para o planeta e também para as próximas gerações. A maior utilização das matérias primas e dos recursos naturais do planeta, o homem constatou que os recursos não são ilimitados, trazendo a si a concepção de que ainda se pode reverter o

dano causado ao meio ambiente.

Marques (2019) reitera dizendo que a agenda 2030 foi originada objetivando o desenvolvimento sustentável, unindo as questões sociais, ambientais e o desenvolvimento industrial e tecnológico de forma que assegure um futuro seguro para as gerações futuras.

Silva (2020) afirma que ao longo dos últimos anos o tema sustentabilidade vem ganhando destaque principalmente a respeito da escassez dos recursos naturais, as mudanças climáticas e os conflitos sociais. Nos anos 80 e 90 estudos acadêmicos ressaltaram a importância do tema prevenindo o fim dos recursos devido ao consumismo relacionado ao desenvolvimento e as inovações industriais.

Silva et al (2019) destacam o surgimento da possibilidade da reutilização de resíduos descartados incorretamente, procurando fazer a reutilização e reciclagem. Tendo um novo modelo como base econômica de forma a diminuir os danos causados ao meio ambiente, otimizando a produção, com maior lucratividade em diversos setores.

Segundo os autores Maracajá e Oliveira (2020) a melhor solução para os problemas ambientais está relacionado à inovação tecnológica e no aumento da produção industrial e diante disto um dos principais processos de sustentabilidade passa a ser a reciclagem com a utilização do material descartado como matéria prima novamente o que antes só se fazia com matéria prima virgem.

Maracajá e Oliveira (2020) reiteram dizendo que a reciclagem ou a reutilização proporciona um novo ciclo de vida para produtos ou matérias que foram utilizados e estariam em fase de descarte ou eliminação.

Marques (2019) salienta um dos grandes desafios da atualidade, que é a substituição gradativa dos combustíveis fósseis do mercado, devido sua disponibilidade limitada e por serem o principal agente poluidor atmosférico, afetando imensamente o meio ambiente causando mudanças climáticas e impondo severas consequências a peculiaridade de vida do ser humano.

Os autores Esteves e Dandolini (2020) endossam que as indústrias tem um papel fundamental no avanço da sustentabilidade como apresenta o relatório de BRUNDTLAND em 1987, onde se encontra um capítulo dedicado para a relação entre meio ambiente e os benefícios econômicos. O que gera discussões regulares com a finalidade voltada para o desenvolvimento sustentável, em particular, o objetivo 12, apresentado pelas Nações Unidas, visando garantir padrões sustentáveis de produção e consumo.

Marques (2019) endossa que o crescimento industrial visando o atendimento da demanda de consumo e a ampliação das demandas da sociedade, provocou uma disputa aos recursos naturais, assim alavancando a emissão de poluentes atmosféricos em grande demanda.

Nos últimos 250 anos a forma como as indústrias geravam valor passaram por mudanças drásticas, mudanças nas quais não segue um padrão contínuo, porém pode ser determinada por quatro estágios, também conhecida por revolução industrial definida pela

transição do trabalho do homem para a máquina, e aumento da produtividade (ESTEVES; DANDOLINI 2020).

A revolução industrial teve início no fim do século XVIII com mudanças na produção que da forma artesanal passou para a mecanizada. Revolucionou os setores industriais e também a vida das pessoas. A indústria passou por transformações na produção e na sua gestão (SANTOS et al, 2018).

No início do Sec. XX a eletricidade iniciou a segunda revolução industrial, com a produção em massa. A terceira revolução industrial iniciou na década de 1970 e se estendeu até os dias atuais. (SANTOS et al, 2018)

A partir da revolução industrial a sociedade moderna tem feito da produção uma de suas principais atividades econômicas e tem levado consigo um alto impacto ao meio ambiente em termos globais. Inúmeras emissões atmosféricas estão ligadas à produção de energia e o esforço da humanidade vem contribuindo muito para a sensibilização sobre assuntos ambientais e o tema vem ganhando força na mídia, nos grupos ambientalistas e na agenda de políticos em todo o planeta (PALMA et al, 2017).

Constata-se que inúmeros fatores históricos como a revolução industrial, as descobertas científicas e as mudanças sociais que refletiram no conceito de sustentabilidade, então definida nos dias de hoje como a consciência do uso dos recursos naturais de forma sustentável para atender as necessidades da população em geral e das próximas gerações (SILVA 2020).

Alves (2020) ressalta que estamos diante da 4ª revolução industrial, no qual o foco são as tecnologias digitais e sistemas inteligentes e esta nova transformação está ligada a mudanças sociais e econômicas com impactos diferentes, especificamente na cultura organizacional.

Marques (2019) salienta que por este motivo houve a necessidade de repensar o conceito de industrialização que surgiu como a Indústria 4.0. Este novo conceito consiste em um conjunto de novas tecnologias para a digitalização da economia e da internet das coisas tendo como objetivo maximizar as tecnologias de informação junto com à robótica de modo a personalizar a oferta ao cliente de modo rentável.

De acordo com Silva (2020) os ganhos com a Indústria 4.0 atrelada ao tema da sustentabilidade estão associados aos ganhos para o consumidor final, efetividade de modelos produtivos e no incremento de valor aos produtos.

Esteves e Dandolini (2020) ressaltam que a evolução sustentável não está relacionada apenas a área da Indústria, inclui a construção, arquitetura, negócios, transporte e consumo. Nos dias de hoje a conceituação de desenvolvimento sustentável trabalha como a maneira de atender as necessidades da população e resguardando o meio ambiente simultaneamente, levando em conta vários pontos relacionados com a existência humana, ação climática, vida na terra, abaixo da água, energia acessível e limpa ou crescimento econômico, sendo esses apenas alguns dos pontos que o desenvolvimento

sustentável visa alcançar. De modo geral a agenda 2030 propõe 17 objetivos relacionados diretamente ao meio ambiente, economia e sociedade.

Marques (2019) cita The Navigator Company que pode servir de modelo para as demais, enquadrando-se com cinco princípios básicos, que descrevem como é uma empresa sustentável. Estabilidade financeira, infraestrutura, estabilidade social, qualidade e satisfação do cliente e desenvolvimento sustentável.

Para Esteves e Dandolini (2020) o avanço sustentável tem servido como guia não só para instituições governamentais como para as instituições não governamentais, mas também para o setor empresarial e industrial. Essas organizações têm a necessidade de prever para antecipar e adequar o seu modelo de negócios às legislações futuras e as responsabilidades propostas pelas diretrizes do Desenvolvimento Sustentável em suas estratégias.

Com a finalidade de combater a desigualdade e realizar mudanças econômicas, é necessário que haja desenvolvimento industrial nos países, de modo geral, para gerar mais postos de trabalho e oportunidade de crescimento, visando o crescimento sustentável. A construção de uma infraestrutura básica como estradas, saneamento e fontes viáveis de água potável e a geração de energia, são indispensáveis para o progresso e para a qualidade de vida da população (MARQUES 2019).

Alves (2020) enfatiza que a mudança é algo que nos acompanha no decorrer dos tempos e as organizações são dinâmicas e variáveis. Nos dias de hoje a mudança é indispensável para as organizações manterem sua volatilidade das transformações tecnológicas à competitividade e tendências emergentes.

Marques (2019) explica que com as ideias debatidas na conferência de Estocolmo, tornou-se ainda mais fundamental a preocupação com o desenvolvimento da humanidade, de modo que, no ano de 1992, na cidade do Rio de Janeiro, os países se reuniram com a finalidade de estabelecer os objetivos que a humanidade teria para o século que estaria por vir. Por meio de 27 princípios (UN 1992) foi definida a agenda na qual foram indicadas quais ações são a condição para se ter um mundo sustentável. O documento tem quatro dimensões: social, econômica, conservação e gestão de recursos para o desenvolvimento e fortalecimento do papel de grupos minoritários.

Marques (2019) ressalva que essas mudanças climáticas ocorrem devido às atividades humanas representando ameaças ao planeta e se não forem diminuídas de forma objetiva podem ocasionar falta de alimento e água, afetando a todos os seres humanos.

Constata-se também a discussão e criação de práticas de desenvolvimento sustentável nas universidades de modo geral com a elaboração de documentos para a promoção dessas práticas, além da introdução delas e de temas relacionados nos currículos das disciplinas e cursos. Exemplos desses documentos: Declaração de Talloires, França 1990, Declaração de Halifax Canada 1991, Declaração de Swansea, Reino unido 1993, Declaração de Quito, Japão 1993, Carta Universitária para o Desenvolvimento Sustentável

Genebra Suíça 1994, Declaração de Tessalónica Grecia 1997, Declaração de Luxemburgo Alemanha 2001, Recomendações de Rhodes África do Sul 2002, Recomendações de Gotemburgo Suécia 2002 (MARQUES 2019).

Marques (2019) indaga quais são os desafios da agenda 2030, uma vez que existem barreiras econômicas, sociais e culturais nos países em desenvolvimento impossibilitando os avanços rumo ao desenvolvimento sustentável.

O autor ressalta a necessidade de uma cobrança e um incentivo mais firme por meio de um compartilhamento de ferramentas e conhecimentos de administração, assim como influência econômica e social.

Indústria 4.0.

Os autores Stock et al (2018) realizaram uma pesquisa e com base na revisão da literatura e de entrevista com experts, concluíram que se pode esperar impactos positivos da Indústria 4.0 para com as questões da sustentabilidade e impactos positivos e alguns impactos negativos na questão social.

O objetivo dessa revolução é realizar a integração do processo de produção com controle e por meio das tecnologias da informação. Há a necessidade de interação e troca de informações entre as empresas (DURÃO; CARVALHO; ZANCUL, 2017).

Um dos principais responsáveis da Indústria 4.0 é a Alemanha, na qual se originou o conceito de Indústria 4.0 apoiada em uma tecnologia de ponta. Rapidamente, outros países seguiram os seus passos, como EUA, China e alguns países da Europa (ALVES 2020).

Segundo a Confederação Nacional da Indústria - CNI (2017) a integração das tecnologias habilitadoras é parte importante dessa revolução, uma vez que fazem a digitalização de processos e tarefas nas atividades industriais, tais como: a comunicação máquina-máquina, sensores, novos materiais, internet das coisas, big data e impressão tridimensional.

A internet das coisas -IoT, tem o papel de indicar processos entre objetos que estão interligados de forma a processar informação a qualquer momento (SINGER, 2012, p.2). Patinha (2017) enfatiza a necessidade de se pesquisar temas, tais como, a construção de um referencial para o tema *green IoT*, que trata da redução de energia no uso de aparelhos interligados à internet das coisas (TAHILIANI; DIGALWAR, 2018).

O conceito Big Data significa o processamento de uma grande quantidade de dados que apresenta variação de acordo com diferentes situações (LUVIZAN, MEIRELLES, DINIZ, 2014), com a seleção do que pode ser relevante para determinado objetivo e para reduzir o gasto com energia elétrica (SANCHES; CARVALHO, GOMES, 2018).

Segundo Souza, Moreira e Machado (2009) a computação em nuvem proporciona os serviços da TI de forma que uma empresa usuária não tem a necessidade de instalar, configurar e atualizar os sistemas de software. A empresa utiliza a computação em nuvem como um serviço, sem que seja necessário o seu conhecimento a respeito da tecnologia

que utiliza.

Segundo Gomes (2010) a inteligência artificial trata de sistemas que podem substituir os seres humanos em algumas tarefas e ações. A impressão 3D é uma tecnologia de manufatura aditiva onde o material é adicionado em camadas, orientado por fontes de dados por meio de computador e não requer ferramentas especiais ou moldes, com redução no custo de fabricação.

Celaschi (2017) enfatiza que os dados recorrentes dos diversos processos dessa revolução devem ser transformados em informação e em conhecimento, que estão no centro dessa revolução, de forma a criar valor e inovação nas empresas, apesar de que certas limitações estão presentes tais como limites de infraestrutura, que dificultam a rápida disseminação das informações e a questão da segurança e da proteção delas.

As mudanças que devem ocorrer nas empresas e na Indústria em geral devem ser conduzidas com cuidado e atenção, pois, novas empresas e novos modelos de negócio deverão surgir, e nesse processo a sustentabilidade deve ser considerada (PICCAROZZI; AQUILANI; GATTI, 2018). Com a gestão contínua de recursos, de processos e de resíduos, a Indústria 4.0 pode contribuir com a sustentabilidade (GABRIEL; PESSL, 2016).

Silva (2020) alega que o crescimento da internet nas últimas décadas pode ser apontado como um dos temas que contribui para a quarta revolução, tendo em vista que este é um pressuposto para a viabilização da Indústria 4.0.

Silva et al (2019) ressaltam que a Indústria 4.0 leva em conta a automação e a tecnologia da informação com ênfase na manufatura, de forma que os sistemas cyberfísicos, juntamente com a internet das coisas apresentam mais eficiência.

Santos et al. (2018) ressaltam que nos dias de hoje, a utilização de novos conceitos, de forma que a produção fundamentada na Internet das coisas (Internet of thing; IoT) melhore a comunicação entre fabricantes, cliente e fornecedores, para melhorar e implementar o atendimento aos clientes.

Os autores Santos et al (2018) enfatizam que a segurança e a proteção digital, as novas formas de trabalho, o atendimento às pequenas e médias empresas, são desafios para o ingresso das empresas na Indústria 4.0.

De acordo com Silva (2020) uma das dificuldades primordiais para a implementação da I4.0 é o sincronismo das redes de informações sociais dentro das empresas e entre elas, as quais são importantes na implantação da Indústria 4.0.

Santos et al (2018) salientam que em estudos realizados, observaram o posicionamento de empresas suíças nessa implantação e que elas acreditam na metamorfose digital impulsionada pela Indústria 4.0 que alavancará a sua competitividade. Mesmo assim, grande parte das empresas não se sente confortável para a implementação de projetos nesta área.

Siltori (2020) afirma que a Indústria 4.0 possibilita a criação de soluções inovadoras que aumentam a competitividade de mercado, diminuindo o marasmo da Indústria quando

o mesmo está associado à qualidade de vida do homem, dos serviços e produtos.

A Internet das coisas significa a conexão de máquinas, móveis, veículos tudo que esteja conectado ao meio ambiente, por meio de equipamentos eletrônicos que possibilitam a troca de informações por meio de software e hardware.

O sistema físico-cibernético refere-se à união entre computadores e tudo que acontece na organização garantindo um aumento significativo na produção controle e monitoramento dos processos. Big Data refere-se à armazenagem dos dados que são registrados na organização, o que permite a análise desses dados futuramente ou até mesmo em tempo real.

Segundo Alves (2020) a mudança provocada pelas tecnologias digitais pode atrapalhar a diferenciação de antigas condutas de trabalho e as novas causadas pelo avanço tecnológico, a falta de informação e familiarização com este novo normal por partes dos colaboradores poderá causar um empecilho na mudança cultural da organização.

Alves (2020) relata que a utilização das tecnologias digitais da Indústria 4.0 é rodeada por certa resistência, principalmente dos que trabalham no baixo escalão da fábrica.

Santos et al (2018) apontam que a padronização é uma das principais dificuldades na implementação da Indústria 4.0 para garantir o trabalho em conjunto dos sistemas e alcançar a eficiência. Para isso é necessário um modelo base que forneça uma descrição técnica de normas possibilitando um diálogo operativo entre atores e processos. Nos últimos anos com a introdução da IoT os sistemas produtivos tiveram incremento importante nos processamentos e armazenamentos de grande quantidade de dados e informações.

Silva (2020) indica a falta de capacitação e de financiamento, instrução aos clientes e a visão de futuro como grandes restrições e mesmo em países desenvolvidos, há um longo caminho a ser percorrido.

Santos et al. (2018) ressaltam que os sistemas produtivos requerem averiguação. Os impasses relacionados com as diferentes formas de comunicação e de segurança, quando se transmitem os dados e a colaboração entre prestadores de serviços. Contudo diversas empresas já desenvolvem soluções tecnológicas para remover essas barreiras de forma a facilitar a implantação da Indústria 4.0. Palma et al (2017) evidenciam que a Indústria 4.0 causará impactos positivos nos 3 pilares que referem-se à sustentabilidade (econômico, ambiental e social) conhecido como Triple Bottom Line.

Os autores Santos et al. (2018) relatam que o termo Indústria 4.0 representa a quarta revolução industrial, o próximo passo na organização e o controle do fluxo de valor ao longo de todo o período de vida do produto.

De acordo com Silva et al (2019) a utilização de aparelhos conectados na internet se tornou algo comum para todos, por consequência disso as empresas visam a conectividade, onde as máquinas estarão juntas e interligadas umas com as outras.

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A pesquisa é exploratória e visa obter maior compreensão a respeito das oportunidades e das barreiras que surgem com a implantação da Indústria 4.0 com base na sustentabilidade. No Brasil, bem como no mundo, as empresas estão em um processo evolutivo que caminha para a revolução Industrial 4.0 e as empresas apresentam variados níveis de maturidade tecnológica e de foco na sustentabilidade e na sua gestão, o que define como participação da revolução industrial 4.0 em determinado período de tempo. Foram entrevistadas quatro pessoas sendo três professores e um profissional da área.

O roteiro de perguntas está baseado em vários autores, tais como Siltori (2020) que questiona quais serão os possíveis impactos que a questão da sustentabilidade terá com a adoção do modelo da Indústria 4.0. O autor complementa com a questão de que o trabalho industrial passará a ter mais autonomia e eficiência, diminuindo o número de trabalhadores em muitas tarefas repetitivas e manuais que incidirá em aumento no número de desempregos. Dessa forma como qualificar os trabalhadores no mesmo ritmo que a modernização?

Também no trabalho de Silva (2019) que indaga qual prática de sustentabilidade as organizações têm adotado tais como as práticas de gerenciamento de resíduos sólidos? A empresa tem acordos com os fornecedores a respeito dos cuidados com a sustentabilidade? A empresa visa na sua atuação os 17 objetivos do desenvolvimento sustentável? A empresa inova de forma sustentável tanto na produção como no atendimento ao cliente?

O trabalho de Maracajá (2020) também será utilizado para a confecção das perguntas. O autor busca entender qual a importância da reciclagem como algo inovador evitando o desperdício de matérias que futuramente podem ser reutilizadas.

O roteiro de perguntas também estará baseado nos autores Palma et al (2017) que investigaram os impactos que a política da I.4.0 vem permitindo sobre a temática sustentabilidade e o quanto isso está ligado ao mundo corporativo e quais são as técnicas e ferramentas de desenvolvimento? Quais desafios a I.4.0 poderá solucionar com as questões da eficiência energética, da produção urbana e mudança demográfica?

ANÁLISE DOS DADOS

Com relação à pergunta a respeito de quais benefícios são esperados para as empresas com a implantação da I4.0, a literatura indica que a introdução de sistemas Cyber-físicos pode aumentar a produtividade, diminuir custos e tempo, além de contribuir na melhoria da qualidade de produção resultando em novos processos industriais mais eficientes e uma interação melhor entre máquina e pessoas (LU, 2017) e para os entrevistados é unânime que ocorrerá o aumento de produtividade com a implementação da I4.0 e, indo além, pode-se citar ao menos 5 grandes passos com a implementação da I4.0, segundo os entrevistados:

- a. Ganho de qualidade das informações coletadas ao longo dos procedimentos de trabalho, considerando que a automação evita intervenção humana da coleta de dados;
- b. Maior proteção ambiental, controles inteligentes por meio de IoT e outras tecnologias de comunicação controlando sistemas de água e energia de forma remota, tomando decisões que permitam minimizar seu uso;
- c. Aumento na precisão de qualquer operação, o que pode reduzir o consumo de energia, insumos de produção e até de escritório;
- d. Monitoramento preventivo a falhas em equipamentos pode permitir manutenção antecipada;
- e. Ganhos na segurança alimentar, usando *block chain*, big data e outros sistemas na tomada de decisões de transporte e logística, levando cargas de alimentos de um ponto a outro sem perdas por transporte, considerando o campo, a movimentação, a industrialização e a distribuição para o consumo.

Os dados obtidos nas entrevistas vão ao encontro do que Silva (2020) afirma a respeito dos ganhos com a implantação da Indústria 4.0 visando a sustentabilidade, o valor para o consumidor final, efetividade de modelos de produção e da geração de valor dos produtos.

Com base na pergunta: quais desses benefícios estão relacionados com o tema sustentabilidade? O entrevistado **A** afirma que “ao menos três deles, segurança alimentar, eficiência energética e proteção ambiental.” O entrevistado **B** afirma que “maior qualidade de vida com a redução de tarefas repetitivas e não criativas, maior índice de segurança no ambiente de trabalho, desde redução de acidentes até medição da qualidade do ar dentro dos ambientes da empresa.”

O entrevistado **C** foi sucinto e afirmou que: “É um conjunto de mudanças, onde a sustentabilidade está sendo considerada.” Já o entrevistado **D** diz que “de forma abrangente, todos os itens, em maior ou menor intensidade, se relacionam com o tema sustentabilidade”.

Com relação à pergunta a respeito das mudanças que a implantação da Indústria 4.0 em uma empresa poderá trazer para os trabalhadores/colaboradores, os entrevistados **A** e **C** afirmam que é preciso que a mão de obra oferecida pelos trabalhadores passe por uma reciclagem e em alguns casos será necessário contratar novos funcionários com experiência para que auxiliem na transição como mentores.

O entrevistado **B** pontua que essas mudanças trarão “maior qualidade de vida com redução de tarefas repetitivas e não criativas, maior índice de segurança no ambiente de trabalho - desde redução de acidentes até medição da qualidade do ar dentro dos ambientes da empresa”, o que é corroborado com Marques (2019), quando afirma que em um globo onde a sustentabilidade é fundamental para a permanência da raça humana,

e devido ao grande abuso de recursos naturais, da qual sua reposição natural caminha em um processo mais lento em relação ao seu consumo, é preciso mudar os modelos atuais e focar no desenvolvimento sustentável. Esta mudança na linha de produção afeta diretamente os funcionários.

O entrevistado **D** afirma que.

Com a transformação da maneira como as máquinas se comunicam, os processos de capacitação devem ser implementados, exigindo formações atualizadas com as novas tecnologias, para a otimização dos processos de produção, tornando-o mais econômico, ágil e autônomo.

Com relação à pergunta: como a empresa e seus colaboradores devem se relacionar na implantação da Indústria 4.0?

Alves (2020) relata que de modo geral, a implementação das tecnologias digitais da Indústria 4.0 é rodeada por certa resistência, principalmente dos que trabalham no baixo escalão da fábrica enquanto o entrevistado **A** afirma que “passa por um processo decisório de cima-para-baixo na estrutura, ou seja, inicia com decisão estratégia, para depois tática e por fim, a operacional em termos de operacionalização”.

Já o entrevistado **B** cita a colaboração entre as equipes envolvidas no processo com uma visão clara dos limites de custo, tempo e abrangência de cada projeto, para que não se peçam coisas fora desses limites, nem que se tenham expectativas fora do contexto.

O entrevistado **C** afirma que “com comunicação aberta, clara e explicando as razões das mudanças. E se possível explicar que o objetivo é manter a mesma equipe aumentando a capacidade de produção”.

Enquanto o entrevistado **D** afirma que:

Os relacionamentos profissionais tendem a flexibilidade, com interação com equipamentos e sistemas inteligentes, fazendo com que tenham flexibilidade nos processos de interação. Os trabalhadores apresentarão um papel mais estratégico, voltado para o conhecimento técnico. As funções na empresa tendem a ser mais flexíveis, já que haverá mais máquinas e sistemas inteligentes.

Com base na pergunta de como a implantação da Indústria 4.0 influi na gestão sustentável da empresa com relação às práticas de gerenciamento dos resíduos sólidos?

Silva et al (2019) destaca o surgimento da possibilidade da reutilização de resíduos descartados incorretamente, procurando fazer a reutilização e reciclagem. Tendo um novo modelo como base econômica com o intuito de integrar todos os processos e etapas para minimização dos danos causados ao meio ambiente otimizando a produção, com maior lucratividade em diversos setores.

As respostas dos entrevistados vão ao encontro do que existe na literatura acadêmica, pois, o entrevistado **A** afirma que a utilização da tecnologia disponível irá permitir uma proteção ambiental, embalagens inteligentes e retornáveis apesar de que a temática vai além da Indústria 4.0 e está atrelada a fatores culturais e de desenvolvimento

do produto e processos.

Já o entrevistado **B** vai além e traz detalhes de como a Indústria 4.0 pode contribuir com o gerenciamento dos resíduos sólidos:

Maior precisão de dados e de monitoramento podem identificar situações de desperdício regular de resíduos que podem ser reduzidos, além de poder evitar perdas acidentais através de controles de monitoramento atrelados a acionadores de travas e alarmes. Exemplo: uma empresa de São Paulo [...] desenvolveu uma tecnologia de alta precisão em monitoramento da qualidade de líquidos, que se aplica em tanques de armazenagem de combustíveis, o sistema é capaz de diferenciar a qualidade entre dois combustíveis da mesma espécie, como gasolina “a” ou gasolina “b”. Em postos de combustível, caso um caminhão comece a descarregar no tanque errado, imediatamente o sistema emite um alarme sonoro e notifica os responsáveis, para que o carregamento seja parado imediatamente. O mesmo equipamento pode ser aplicado na Indústria química com qualquer produto líquido que possua alguma translucidez.

O entrevistado **C** foi sucinto e afirmou que “Deveria melhorar a performance da gestão. Se houver um risco de deterioração algo estará sendo feito errado”

Maracajá e Oliveira (2020) reiteram dizendo que a reciclagem ou a reutilização proporciona um novo ciclo de vida para produtos ou matérias que foram utilizados e estariam em fase de descarte ou eliminação.

Já o entrevistado **D** diz que “com a implementação da Indústria 4.0, os recursos tecnológicos devem ser utilizados para reduzir falhas nos processos industriais gerando redução nos resíduos sólidos, reuso e reciclagem dos resíduos.”

Em 2015 a ONU propôs e os países chegaram a um consenso a respeito de uma nova agenda do desenvolvimento sustentável, composto por dezessete Objetivos de Desenvolvimento Sustentável – ODS, denominada Agenda 2030. Essa Agenda tem maior amplitude e objetiva o fim da desigualdade, o desenvolvimento sustentável, paz e justiça para um mundo melhor (ONU, 2019) e, com base nessa Agenda, foi perguntado aos entrevistados como a implantação da Indústria 4.0 pode ajudar a empresa com a promoção dos 17 objetivos para o desenvolvimento sustentável da ONU?

O entrevistado **A** afirma que.

Há uma percepção equivocada que a I4.0 é a solução dos problemas mundiais, e na verdade trata-se de uma revolução industrial que permite ganhos sim, mas que *per si não muda o mundo*. As pessoas, o cérebro é o grande agente de mudança. De nada adianta coletarmos um mundo de dados, se não conseguirmos transformá-los em boas informações para adequada tomada de decisão. De nada adianta ter um *Big data* fantástico com informações de temperatura, vibração e outras características mecânicas de máquinas e equipamentos se não sabermos o que fazer com o dado. A I4.0 veio para dar velocidade decisória aos processos por meio da interface homem & máquina, devemos estar preparados intelectualmente para isso. Muitas pessoas acham que colocar robôs ou coletar dados significa implantação da I4.0, é um imenso engano por aqueles que são curiosos e não estudiosos das novas formas de

produção. A I4.0 tem sido usada, de forma equivocada, como instrumento de marketing.

Enquanto o entrevistado **C**, de forma sintética afirmou que “A rigor a empresa deve aderir sim e procurar atingir os objetivos. Mas nem todas as empresas têm condições e necessidade de trabalhar os 17 objetivos”

Já o entrevistado **D** afirma:

A promoção dos ODS, no contexto da Quarta Revolução Industrial, integrando o físico, biológico e digital para a conectividade e evolução do mundo, com as tecnologias envolvidas com a Ciência de Dados, por intermédio dos seus 17 objetivos e 169 metas e projetos de gestão, tem como foco alcançar a paz mundial, criar condições para que todos possam conseguir ter uma vida próspera, fazendo com que interajam o desenvolvimento emocional, ético e moral com as automatizações e funcionalidades para proporcionar o acesso a todos, sem distinção, sem agredir a natureza e assim contribuir para com a Agenda 2030. Tem como foco de atuação o Objetivo 9, Indústria, Inovação e Infraestrutura, para construir infraestruturas resilientes, promover a industrialização inclusiva e sustentável, fomentar a inovação e incluir os mais vulneráveis nos sistemas financeiros e produtivos.

A respeito dos robôs autônomos foi perguntado aos entrevistados se “A utilização de robôs autônomos (inteligentes) nas atividades da empresa tem algum impacto relacionado com o tema sustentabilidade? Se houver quais são esses impactos?”

O entrevistado **A** afirmou que a automação não só permite ganhos de produtividade como pode diminuir o consumo de recursos na produção e isso se deve à capacidade de padronização dos processos e à possibilidade de programação das máquinas no sentido de perceber disfunções ou variações não aleatórias dos processos de fabricação.

O entrevistado **B** afirmou que:

A tecnologia de automação refletirá numa redução muito significativa de tempo nos processos de rotina industrial e até agrícola, reduzindo inicialmente o consumo de energia, a precisão na montagem, separação de insumos, preparo de produtos acabados reduzirá perdas e desperdício de recursos, poupando matérias primas de todos os tipos, em todos os níveis.

Já o entrevistado **D** diz que “os robôs autônomos desenvolvem processos sem a interferência humana, realizam sua automanutenção, tem a capacidade de aprender sem interferência externa em função da estrutura com software de inteligência de negócios e tecnologia de Inteligência Artificial”, o que corrobora os autores Silva et al (2019) a respeito da utilização de aparelhos conectados na internet, que se tornou algo comum para todos, e por consequência disso as empresas visam a conectividade, onde as máquinas estarão juntas e interligadas umas com as outras.

Com relação à pergunta: “Na sua opinião como o Big Data tem impacto ou influência nas práticas de gestão sustentável e de que forma?”

O entrevistado **A** relata que “O uso dessas tecnologias tem influência nos processos decisórios ligados à produção no que tange a velocidade e acuidade na execução dos

processos. O uso de Big Data sem o devido conhecimento da área fabril em nada ajuda.”

O entrevistado **B** afirma que:

O principal efeito de se migrar o ambiente de sistemas da empresa para a nuvem é dispensar as maiores despesas e consumo causados pela manutenção de um datacenter, isso inclui redução do uso de energia elétrica com sistemas de refrigeração. Sabemos que a “nuvem” nada mais é que outro datacenter, entretanto de larga escala, permitindo redução de consumo de energia, inclusive atualmente os administradores desses centros de processamento de dados se preocupam em montar suas próprias estruturas de geração de energia “*off grid*” (fora da rede de consumo regular), o que lhes garante economia e independência de infraestrutura, o planeta agradece. No caso de empresas cujo porte de processamento de dados justifique a existência de um datacenter, em geral consideram usar o melhor modelo de aproveitamento de energia.

O que está de acordo com a literatura, de que o conceito Big Data significa o processamento de uma grande quantidade de dados que apresenta variação de acordo com diferentes situações (LUVIZAN, MEIRELLES, DINIZ, 2014).

A respeito da pergunta: o que pode trazer de novo para as práticas de gestão sustentável, a aplicação de robôs totalmente conectados e ligados diretamente na linha de produção da Indústria?

O entrevistado **A** diz que “As aplicações de robôs na Indústria já acontecem a décadas, a inserção de um número maior de robôs em nada significativo deve alterar as práticas de gestão sustentável. Os robôs já fazem parte dos processos de produção.”

Entrevistado **B** declara que:

Há aproximadamente 20 anos, o diretor de finanças, na ocasião, da DENSO Corporation, do Japão, fez palestra na USP apresentando a fábrica que funcionava “no escuro”, sem acidentes de trabalho, com produtividade 100 vezes maior que a convencional, e robôs colaborativos, já conectados a uma rede local e entre si. Alguns aspectos interessantes a se considerar são:

1 - Robôs multitarefa colaborativos, gerenciam automaticamente potenciais gargalos durante a produção, o robô da estação “A” pode colaborar com o robô da estação “B” caso tenha sobrecarga de tarefas, dividindo a tarefa na proporção necessária.

2 - Esses equipamentos já possuíam sensores dedicados a monitoramento de seus próprios recursos, detectando potenciais problemas de funcionamento futuros, acionando a equipe de reparos e se posicionando fora da linha de montagem, já redistribuindo suas tarefas aos robôs que lá ficaram.

3 - Os profissionais da fábrica são dedicados às tarefas administrativas, transporte de produtos acabados, suprimento de insumos para a linha de montagem e manutenção preventiva nos robôs.

O entrevistado **C** afirma que “Este assunto é o cerne da Indústria 4.0 Uma implantação que seja necessária e implementada corretamente vai possibilitar a sobrevivência da empresa.”

Segundo Gomes (2010) a inteligência artificial trata de sistemas que podem substituir os seres humanos em algumas tarefas e ações.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste trabalho foi questionado se a Indústria 4.0 e a sustentabilidade poderiam coexistir e objetivou-se identificar as oportunidades e as barreiras que surgem com a implantação da Indústria 4.0 com base na sustentabilidade. As pessoas entrevistadas confirmaram a coexistência da Indústria 4.0 e do tema sustentabilidade e apresentaram inúmeras oportunidades e as barreiras que as empresas devem encarar.

Com base no levantamento bibliográfico e nas entrevistas realizadas, a Indústria 4.0 causará impactos positivos nos 3 pilares referentes à sustentabilidade chamado de Triple Bottom Line (econômico, ambiental e social). A I4.0 possibilita a criação de soluções inovadoras o que aumenta a competitividade de mercado por meio dos sistemas Cyber-físicos.

Através dessa interface pode-se elevar a produtividade, diminuindo custos e desperdícios de matéria prima desde a água e energia que estão ligados diretamente na linha produção bem como do material de escritório como o papel antes usado para arquivar documentos e planilhas que hoje ficam guardadas em nuvem. Essas medidas causam impactos significativos no Triple Bottom Line, elevando a produção e diminuindo custos e evitando o desperdício de matéria prima. Dessa forma várias oportunidades para a sustentabilidade surgem com a implantação da Indústria 4.0.

Para que as empresas possam implementar a Indústria 4.0 existem desafios e barreiras, principalmente para os colaboradores que estão no chão de fábrica, que poderão ter dificuldades na transição de antigas condutas de trabalhos para as novas condutas causadas pelo avanço tecnológico. Esta falta de familiarização com este novo normal poderá causar empecilhos para esta mudança cultural e tecnológica dentro das empresas.

Outro grande desafio e de infraestrutura é a necessidade de sincronismo de todas as fases das operações campo ou dentro da mesma empresa, o que exige um alto investimento por parte das empresas, investimento que também se faz necessário na capacitação de seus colaboradores para utilização deste novo modelo.

Na literatura pode-se encontrar diversos eventos voltados para a sustentabilidade e a Indústria 4.0 pode contribuir para um desenvolvimento sustentável buscando atender a crescente demanda da população sem afetar a próximas gerações apesar de que este novo modelo não é a solução para todos os problemas ambientais, pois demanda a mudança de atitudes e de comportamentos das pessoas e da sociedade.

AGRADECIMENTOS

Agradecimento a Universidade Municipal de São Caetano do Sul USCS pelo Auxílio USCS.

REFERÊNCIAS

ANDRADE et al. Uma revisão sistemática sobre a interação entre Indústria 4.0 e sustentabilidade. In: **XXV SIMPÓSIO DE ENGENHARIA DE PRODUÇÃO** Inovação E Sustentabilidade Na Gestão De Processos De Negócios . 2018. Bauru. **ANAIS...** Bauru,Ed. SIMPEP. 2018. Disponível em: https://simpep.feb.unesp.br/anais_simpep.php?e=13. Acesso em 01 de maio de 2020.

ALVES. M, G, P. Impacto das tecnologias digitais da Indústria 4.0 na Cultura Organizacional das Empresas. 2020 Dissertação (Mestrado em Economia e Administração de Empresas) Faculdade de Campinas Universidade do Porto.

BECKER, Adriano et al. OS CONCEITOS DA INDÚSTRIA 4.0 ASSOCIADOS A ABORDAGEM DA CAPACIDADE DINÂMICA. **Anais da Engenharia de Produção / ISSN 2594-4657**, [S.l.], v. 2, n. 1, p. 123 - 136, July 2018. ISSN 2594-4657. Disponível em: <<https://uceff.edu.br/anais/index.php/engprod/article/view/203>>. Acesso em: 02 May 2020.

CELASCHI, F. Advanced design-driven approaches for an Industry 4.0 framework: The human-centred dimension of the digital industrial revolution. **Strategic Design Research Journal**, 10(2): 97-104 May-August 2017 doi: 10.4013/sdrj.2017.102.02

CONFEDERAÇÃO NACIONAL DA INDÚSTRIA. Oportunidades para a Indústria 4.0 : aspectos da demanda e oferta no Brasil / Confederação Nacional da Indústria. – Brasília : CNI, 2017.62 p.

DURÃO, L. F. ; CARVALHO, M. M.; ZANCUL, E. S. Indústria 4.0: Formação de Redes de Projeto em Manufatura Distribuída. **GEPROS. Gestão da Produção, Operações e Sistemas**, Bauru, Ano 12, nº 3, jul-set/2017, p. 131-152. DOI: 10.15675/gepros.v12i3.1695.

ESTEVES, B. L. D. et al. A relação entre os fundamentos do desenvolvimento sustentável e a indústria 4.0: Uma revisão integrativa da literatura. In. VIII SINGEP **Anais...** SÃO PAULO: SP, 2020 p. 1-9

GABRIEL, M.; PESSL, E. Industry 4.0 and sustainability impacts: critical discussion of sustainability aspects with a special focus on the future of work and ecological consequences . In: *Annals of Faculty Engineering Hunedoara – International Journal of Engineering*, 14, 2016. Kapfenberg, Austria. **Anais ... Kapfenberg**, 2016.

GOMES, D.S. Inteligência Artificial: Conceitos e Aplicações. *Olhar Científico – Faculdades Associadas de Ariquemes – V. 01, n.2, Ago./Dez. 2010*

LU, Yang. Industry 4.0: A survey on technologies, applications and open research issues, **Journal of Industrial Information Integration**, v.6. 2017. pp 1-10. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jii.2017.04.005>

LUVIZAN, S; MEIRELLES, F, DINIZ, E. Big Data: Evolução das Publicações e Oportunidades de Pesquisa, *Revista Eletrônica de Sistemas de Informação*, v. 14, n. 3, set-dez 2015

MARQUES, M, F, C **Agenda 2030 Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS) da ONU – Desafios ao Desenvolvimento Tecnológico e à Inovação Empresaria. 2019.** Mestrado em Engenharia da Qualidade e Ambiente - Instituto Superior de Engenharia de Lisboa. 2019.

NAÇÕES UNIDAS BRASIL- ONU. A ONU e o meio ambiente. Disponível em <https://nacoesunidas.org/acao/meio-ambiente/> Acesso em: 01 de maio de 2020.

ONU - ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS, Objetivo para o desenvolvimento sustentável. Disponível em: <<https://nacoesunidas.org/conheca-os-novos-17-objetivos-de-desenvolvimento-sustentavel-da-onu/>>

PALMA, J. M. B. et al. Os princípios da Indústria 4.0 e os impactos na sustentabilidade da cadeia de valor empresarial. IN: 6th International Workshop Advances in Cleaner Production Academic Work, 6., 2017 São Paulo. **Anais** São Paulo p. 1-8. 2017.

PATINHA, P.M.M. Internet of Things e a Sustentabilidade nas Cidades Inteligentes, Lisboa, 2018. 71f. Dissertação (Mestrado em Gestão de Informação). NOVA Information Management School Instituto Superior de Estatística e Gestão de Informação Universidade Nova de Lisboa. 2018.

PEREIRA, A. ; SIMONETTO, E. de O. Indústria 4.0: conceitos e perspectivas para o Brasil. **Revista da Universidade Vale do Rio Verde.** v.16, n.1. 2018.

PEREIRA, Raquel da Silva. Desenvolvimento Sustentável como Responsabilidade Social das Empresas. In: **Gestão para o Desenvolvimento Sustentável: desafios e proposições para a sustentabilidade socioambiental.** Pereira, R.S. (org.). São Paulo: Globus, 2013

SANTOS B.P et al. INDÚSTRIA 4.0: DESAFIOS E OPORTUNIDADES **Anais Revista Produção e Desenvolvimento / ISSN: 2446-9580.** v.4, n.1, p.111-124, 2018 <http://revistas.cefet-rj.br/index.php/producaoedesenvolvimento>.

SANCHES, B.C., CARVALHO, E.S., GOMES, F.F.B. A Indústria 4.0 e suas contribuições à sustentabilidade. *Revista Engenharia e Tecnologia Aplicada.* .v.2, n.1, 2018. DOI: 10.33947/2595-6264-v2n1-3673

SINGER, Talyta. Tudo conectado: conceitos e representações da internet das coisas. In: Simpósio em Tecnologias Digitais e Sociabilidade – Práticas Interacionais em Rede. 2012. Salvador – Bahia. Anais... Salvador, 2012. Disponível em: <http://simsocial2012.gitsufba.net/trabalhos-aprovados/>

SILVA, D, A. **Análise da contribuição da Indústria 4.0 para a sustentabilidade: Um estudo de caso no segmento ortopédico.** 2020. Dissertação (Mestre em Engenharia de Produção e Manufatura, na Área de Pesquisa Operacional e Gestão de Processos) Faculdade de Ciências Aplicadas da Universidade Estadual de Campina.

SILVA, S. A. M et al. 2019 PRÁTICAS DE GESTÃO NO SETOR DE TRANSPORTES: UM ESTUDO DA ADOÇÃO DA PRODUÇÃO ENXUTA, SUSTENTABILIDADE, ECONOMIA CIRCULAR E INDÚSTRIA. (Curso de Engenharia de Transportes e Logística – ETL) Universidade Federal de Santa Maria - UFSM

ALVES, Manuel **Impacto das tecnologias digitais da Indústria 4.0 na Cultura Organizacional das Empresas.** 2020. Dissertação (Mestrado em Economia e Administração de Empresas) - FEP Universidade do Porto 2020, Porto, 2020.

SILTORI, PATRICIA, FERNANDA, SILVA. Análise dos impactos da Indústria 4.0 na sustentabilidade empresarial. 2020. Dissertação (Dissertação de mestrado apresentada à Faculdade de Engenharia Mecânica) Universidade Estadual de Campinas 2020, Campinas, 2020.

SOUZA, F.R.C., MOREIRA, L.O., MACHADO, J.C. Computação em Nuvem: Conceitos, Tecnologias, Aplicações e Desafios. In: Escola Regional de Computação Ceará, Maranhão e Piauí 2009. E-BOOK Parnaíba 2009.

STOCK, TIM, OBENAU, MICHAEL, KUNZ, SASCHA, KOHL, HOLGER, Industry 4.0 as Enabler for a Sustainable Development: A Qualitative Assessment of its Ecological and Social Potential. Process Safety and Environment Protection. v. 118. 2018. <https://doi.org/10.1016/j.psep.2018.06.026>

TAHILIANI, V. DIGALWAR, M. Green IoT Systems: An Energy Efficient Perspective. In: Proceedings of 2018 Eleventh International Conference on Contemporary Computing, 11., 2018, Noida, India. Anais... Noida, 2018.

UNITED NATIONS. PRME COMMUNITY. Disponível em <https://www.unprme.org/about-prme/history/index.php>. Acesso em 1 de maio de 2020.

A REVITALIZAÇÃO DO CENTRO CULTURAL SESC GLÓRIA E O DESVELAMENTO DA CIDADE CRIATIVA – A COMUNICAÇÃO PELA ARTE PARA EFETIVAÇÃO DE UMA DIALOGIA COM O ENTORNO

Data de aceite: 04/07/2022

Data de submissão 10/05/2022

Tatiana Gianordoli Teixeira Quadros

Profa. Dra. em Comunicação e Semiótica pela PUC-SP, Mestrado em Comunicação PUC-SP, Jornalista Diplomada pela UFES, Pesquisadora e Membro do Conselho Consultivo Deliberativo da ABPEducom – Associação Brasileira de Pesquisadores e Profissionais em Educomunicação- SP; Consultora na área de comunicação organizacional e ambiental na empresa TLM Comunicação Consultoria e Projetos-BH
<http://lattes.cnpq.br/6644640985834841>

Ivana Esteves Passos

Pós-Doutora em Educação, pela Unesp/PP/SP, Doutora em Letras pela Universidade Federal do Espírito Santo – UFES, Graduada em Comunicação Social – Jornalismo pela Universidade Federal do Espírito Santo. Assessora de Imprensa pela Diálogo Comunicação e Marketing-ES. Professora orientadora no Mestrado Profissional Educação, Ciência e Tecnologia da UNIVC-ES
<http://lattes.cnpq.br/9191834255070327>

RESUMO: A comunicação de convocação de vontades, na construção de vínculos entre o Centro Cultural Sesc Glória e o centro da capital do Espírito Santo. Uma proposta de revitalização de um equipamento cultural, em construção com a comunidade e a sociedade capixaba. Buscar estabelecer o laço social com a cidade foi a ação

primeira do Sesc-ES, que adquiriu o espaço para transformá-lo no Centro Cultural Sesc Glória (CCSG). Dentre as ações implementadas no processo de comunicação com o entorno, chama a atenção a utilização da atividade fim, a produção artística, para construção desse relacionamento com os moradores e articuladores da cidade.

PALAVRAS-CHAVE: Vínculo, comunicação, comunidade, mobilização e diálogo.

THE REVITALIZATION OF THE CENTRO CULTURAL SESC GLORIA AND THE UNVEILING OF THE CREATIVE CITY – THE COMMUNICATION THROUGH ART FOR A DIALOG WITH THE ENVIRONMENT

ABSTRACT: A communication of a willing convocation, in a construction of links between the Centro Cultural Sesc Gloria and the Espírito Santo downtown's capital. A proposal of revitalization of a cultural equipment, in construction with the community and the capixaba society. To look for establish social bonds with the city was SESC ES first action, that purchased the space to turn it into the Centro Cultural Sesc Gloria (CCSG). Among the actions implemented in the communication process with the surroundings, draw attention the activity of finality, the artistic production, to build the relationship between locals and city articuladors.

KEYWORDS: Link communication, community, mobilization and dialogue.

A revitalização de centros históricos, atrelada primordialmente à reforma de prédios sempre pareceu algo destituído de sentido, talvez pela ausência de personagens; do humano, mesmo, na retomada da vida nas cidades, que é o que está ensejado na raiz etimológica do termo “revitalização”. Buscar estabelecer o laço social com a cidade foi a ação primeira do Sesc-ES, ao adquirir um antigo prédio na região central da capital do Espírito Santo, e transformá-lo no Centro Cultural Sesc Glória (CCSG). Antes de iniciar a reforma que culminaria com a inauguração em setembro de 2014, houve uma preocupação por parte dos idealizadores e gestores da implementação de ações de comunicação com a intencionalidade de se buscar uma interlocução com os moradores e demais partícipes da vida no centro da cidade.

O SESC-ES procurou se comunicar com o público alvo por meio de atitudes reais, experiências e vivências, adequadas às suas demandas. “Construir políticas de comunicação com responsabilidade social e promover a abertura de canais efetivos de diálogo serão condições indispensáveis para viabilizar o processo interativo e as mediações entre as organizações e seus públicos, a Opinião Pública e a sociedade em geral.” (KUNSCH, 1999; 418)

A atenção em buscar o estabelecimento de um diálogo com o público do entorno do CCSG evidencia uma estratégia de comunicação participativa na premissa do envolvimento dos atores sociais no contexto da cidade. Estes costumam ser comumente inseridos de forma atomizada nos processos de revitalização dos espaços urbanos. O enfoque de participação aqui exposto, explicita a a premissa relacional, orquestrada pelo SESC-ES, para sintonizar o público da cidade com o porvir de um espaço de convivência, inserindo-os nos eventos culturais que já prenunciavam o ambiente de prática social, como propósito do prédio reformado, local de experiências humanas pulsantes.

Portanto, no tocante aos processos de revitalização de qualquer espaço na cidade, está-se a falar de procedimentos de reestruturação espacial, os quais demandam atrelar-se à premissa da singularidade, inferindo-se nesse debate questões identitárias e de pertencimento; portanto, mediante a inserção dos sujeitos habitantes da cidade, quer sejam moradores ou indivíduos em trânsito.

O OLHAR EMPRESARIAL ATENTO ÀS RELAÇÕES

As empresas, sejam públicas ou privadas e até mesmo o quarto poder (a imprensa), podem estar seguindo um rumo equivocado caso não observem que não só de *práticas tecnoculturais*¹ vive a sociedade contemporânea. Comunicar é muito mais do que simplesmente informar, e embora pareça paradoxal, no cenário em que vivemos de bytes e bites, e de uso exaustivo de redes sociais, as quais nos enredam em individualismos,

¹ Práticas tecnoculturais é uma expressão citada por Muniz Sodré no capítulo Mutações Identitárias, extraído para reflexão, a partir da obra Reinventando a Cultura – a comunicação e seus produtos.

comunicar ensaja a relação e o diálogo. Trata-se de troca, compartilhamento, relação total. Demanda convivência e partilha de valores que, conforme afirma Wolton (2010),

A valorização do conceito de convivência ajuda a renovar a reflexão sobre a natureza do laço social nas sociedades contemporâneas, nas quais as interações entre os protagonistas são mais numerosas e contraditórias. Privilegiar o entendimento na comunicação e no funcionamento do espaço público significa, portanto, refletir sobre a necessidade de administrar, ao mesmo tempo, as diferenças inerentes às nossas sociedades e a manutenção de um princípio de unidade, tendo em perspectiva a renovação dos aspectos contemporâneos do laço social. De resto, o que é o laço social senão este milagre: manter ligados, numa sociedade, indivíduos, grupos, comunidades e classes sociais que tudo separa? (WOLTON, 2010, p.25-26)

Dentre as ações implementadas pelo SESC-ES no processo de comunicação com o entorno, para preparar o público para a chegada do CCSG, chama a atenção a utilização da atividade fim, a produção artística, para construção desse relacionamento com os moradores e articuladores da cidade.

As organizações tem buscado reformular seus processos administrativos a partir da compreensão de que são sistemas abertos e, portanto, em constante relação com os ambientes interno e externo. A partir dessa consciência, marketing e relações públicas têm intensificado a discussão de como podem trabalhar juntos. As organizações, para se comunicarem eficientemente, devem servir-se de técnicas adequadas. Para tanto, elas podem contar com os recursos oferecidos por dois subsistemas: o de relações públicas e o de marketing. (SILVA, apud KUNSCH, 2009, p. 365)

Foi gestada uma estratégia de enlace do público presente na cidade com ferramentas de gestão cultural, mediante a articulação de vivências e experiências culturais, visando a construção de vínculos comunicacionais. Tal conduta comunicacional foi conduzida no intuito de auferir um enlace social (Relações Públicas) na perspectiva dialógica, articulando-se experiências de fruição artística; e de outro lado, procurando fidelizar o público, posicionar a marca Sesc-ES em atrelamento à produção cultural (Marketing Cultural)

As empresas, de maneira geral, precisam se relacionar com – e persuadir – diferentes públicos. (SILVA, apud KUNSCH, 2009, p. 365). Provavelmente seguindo essa premissa, e mediante a chancela e apoio do SESC Nacional, o Centro Cultural Sesc Glória (CCSG), enquanto o espaço físico, que viria a abrigar um processo de reforma e revitalização, procurava encantar com experiências artísticas, os usuários da cidade – moradores, transeuntes e comerciantes (público-alvo do Sesc) operacionalizado um enlace com a cidade e revitalizando-a, enquanto revitalizava a edificação, que viria a abrigar o então Centro Cultural Sesc Glória.

A estratégia seguiu seu curso por sete anos, até a inauguração do prédio do Centro Cultural Sesc Glória (CCSG), entregue à cidade com a manutenção da estrutura física externa, em observância à preservação da memória, da tradição e da familiaridade. E, internamente, quase que completamente remodelado, com uma moderna estrutura física,

configurada para abrigar as linguagens artísticas de literatura, cinema, música, artes cênicas e artes visuais (teatro e dança).

CCSG COMO UM ESPAÇO DE MOBILIZAÇÃO SÓCIO-EDUCATIVO-CULTURAL

Antes mesmo de iniciadas as obras de reforma do antigo Teatro Glória – edificação datada do início do século XIX, presente na região central de Vitória, capital do Espírito Santo, localizada próximo à Praça Costa Pereira e ao Teatro Carlos Gomes -, o Sesc – ES encaminhou ações culturais em diversos espaços públicos e privados da cidade, com o intuito de atrair público de outras regiões da capital e de cidades vizinhas, da região metropolitana, como Serra, Vila Velha, Cariacica, Viana e Guarapari, além de moradores do interior do Estado. Gestava-se assim o público que viria a consumir o espaço em processo de revitalização.

A arte e a cidade devem ser pensadas, como propõe (GONÇALVES, apud CAIAFA e ELHAJJI, orgs., 2007, p.56) como vetores de produção social de singularidades subjetivas. E cumpre ressaltar que a arte, especificamente, expressa narrativas que impelem à reflexão, sendo então a arte e a cidade, tidas como ativadoras de processos comunicativos.

Há uma experiência comunicativa muito particular ocorrendo no âmbito da cidade, que dá para além dos aspectos propriamente midiáticos e da cultura de massa – embora eles existam. Trata-se das articulações semióticas que caracterizam a comunicação como processo complexo de produção de sentido. É a partir dessas articulações que se forja a ressignificação de práticas sociais, das quais a arte e a cidade constituem importantes vetores de experimentação, pois ambas nos convidam a aventuras de caráter estético e subjetivo, à produção social de estilos e modos de vida. (GONÇALVES, apud CAIAFA e ELHAJJI, orgs., 2007, p.56)

O processo de enredamento do Sesc-ES, articulado com os atores da cidade, parece ter surtido o efeito esperado, e os modos de vivenciar a cidade começa a ser modificado, tendo em vista, paralelamente, ao desenrolar de iniciativas outras de produção cultural, que tomaram conta do centro de Vitória, como o surgimento do Arranjo Produtivo Nestor Gomes, situado na rua homônima, abrigando estabelecimentos diversos – de teatro, moda, produção musical e audiovisual, apontando para o despertar do espírito de criação coletiva, em que agentes criativos se associam em coletivos de cultura, e com estes merecendo estudo do Sebrae-ES.

O centro da cidade torna-se um espaço valorizado, se refletindo no aumento no valor dos imóveis e no sentimento de orgulho dos que moram no lugar. A região sai de uma posição de marginalização e retoma um sentido e configuração próprios. Espaços públicos e privados são ressignificados, sobretudo após a inauguração do Centro Cultural Sesc Glória, o qual consolida e corrobora direcionamentos consonantes com a Política Cultural do Sesc Nacional. Dentre os direcionamentos, abarca a comunicação dialógica.

A partir de um conceito amplo de cultura, que abrange todas as dimensões da vida em coletividade, abarcando os acontecimentos e as representações que deles fazemos, o Programa Cultura do Sesc direciona o seu trabalho para a produção e para a difusão dos bens artísticos. Considera que esses bens manifestam opções e alternativas, com que indivíduos e grupos vêm, ao longo dos anos, respondendo às questões que acometem e definem a existência, construindo um sentido de comunidade e de continuidade, que possibilita o diálogo com pessoas e comunidades, e a evolução dos modos de vida e pensamento. (Proposta Política Cultural do Sesc, 2013)

O CCSG passa a representar para a região central da capital, como uma referência, uma bússola, norteadora dos processos criativos. Uma garantia a que suas criações sejam recompensadas, ganhem um *lôcus* para obtenção da auto-sustentabilidade. Um espaço de relação para além do sentido econômico. Um lugar em que a criatividade seja oportunizada e reconhecida.

O Centro Cultural Sesc Glória (CCSG) advém também como um espaço não só de transformação externa da cidade, mas internamente, repercute nos sujeitos, em face de sua vertente formativa e educativa. Os intercâmbios artísticos são oportunizados em projetos gestados em cada linguagem, por meio de oficinas, cursos livres e momentos de reflexão.

Também a Biblioteca revela-se um centro de confluência, pois abriga um acervo ímpar, voltado para a comunicação e para a produção artística. O espaço recebe estudantes e profissionais, em busca de conhecimento, não só na consulta aos livros, mas como centro social. No espaço desenrolam-se atividades inúmeras educativas, lúdicas e culturais. As bibliotecas, nas palavras poéticas de Germán Rey – “dobradiças simbólicas que unem a cidade aos cidadãos, o presente aos significados de futuro” – são parte de um contexto maior, que tem na leitura e no livro um eixo fundante. (REIS, 2012, p.137).

O CCSG revela-se ainda um espaço de mobilização, participação e coordenação de ações artísticas. No espaço ações convocatórias são propostas para mobilizar pessoas para o consumo artístico e para a produção de cultura. O espaço abriga sujeitos dispostos e com vontade de compartilhar sentimentos, conhecimentos e responsabilidades.

Para se mobilizarem, as pessoas precisam, no mínimo, de informação, mas, além disso, precisam compartilhar um imaginário, emoções e conhecimentos sobre a realidade das coisas à sua volta, gerando reflexão e o debate. Se o espaço público (ou disponibilizado ao público) constrói um mundo comum entre homens, este mundo tem que ser pensado não apenas como aquilo que é comum, mas como aquilo que é comunicável e que, portanto, se diferencia das experiências estritamente subjetivas e pessoais que podem ter validade na dimensão privada da vida social. Em (TELLES, apud HENRIQUES 2004, p. 36).

No espaço são fortalecidos os vínculos entre os sujeitos e destes com a comunidade em que vivem. E são esses vínculos que geram o pertencimento. O espaço cultural propicia o encontro, o debate, o diálogo, a interlocução e o olho no olho, a escuta atenta. Oportuniza

também a fusão entre arte e vida, em narrativas poéticas diversas, que suscitam a reflexão. A cada evento ou vivência, a cidade se articula com a arte e os indivíduos percebem-se perceptivos e comunicantes.

Nesses encontros interpessoais, os sujeitos participam de um *acontecimento comunicacional*, termo que a Nova Teoria da Comunicação classifica como um de seus pilares, em consonância com alteridade, sentido e movimento. No momento em que ele ocorre, o sentido se constrói junto”. Percebe-se nesse processo de revitalização uma visão ampla por parte da empresa, que pensa o fortalecimento da economia local, mediante a potencialização da comunidade e dos atores, que serão consumidores do equipamento a ser revitalizado.

Percebe-se a construção de uma estratégia de comunicação social na premissa dialógica, na observância do enredamento dos atores sociais, que a cada evento, descortinam o seu perfil de consumo. Percebe-se que durante sete anos, que antecederam a inauguração do equipamento revitalizado, novos negócios correlatos foram surgindo na cidade e também o CCSG pode configurar produtos para serem oferecidos ao público do entorno, em consonância com seus anseios.

A vida na cidade foi reformulada e ressignificada, assumindo um perfil identitário cultural, configurando-se em uma identidade híbrida – o velho incorpora o novo, assim como o CCSG incorporou também as tramas artísticas inovadoras, e estas passaram a tomar conta da cidade, abrigando o novo prédio. O antigo e o novo se entrelaçam e fortalecem a marca cultural do centro da cidade de Vitória.

REFERÊNCIAS

CAIAFA, Janice e ELHAJJI, Mohammed (orgs.) **Comunicação e Sociabilidade – cenários contemporâneos**. Rio de Janeiro, Mauad X, 2007.

HENRIQUES, Márcio Simeone. **Comunicação e Estratégias de Mobilização Social**. São Paulo, Editora Autêntica, 2004.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling, **Os grupos de mídia no Brasil e as mediações das assessorias de comunicação, relações públicas e imprensa**. São Paulo, 1999.

KUNSCH, Margarida M. Krohling (org.) **Relações Públicas – história, teorias e estratégias nas organizações contemporâneas**. São Paulo, Editora Saraiva, 2009.

REIS, Ana Carla Fonseca. **Economia da cultura e desenvolvimento sustentável**. São Paulo: Manole, 2007.

WOLTON, Dominique. **Informar não é Comunicar**. Porto Alegre, Editora Sulina, 2010

ECONOMIA COLABORATIVA: MODELO DE NEGÓCIOS COM ÊNFASE NA SUSTENTABILIDADE

Data de aceite: 04/07/2022

Diego Ramalho Brasileiro Silva

Milton Carlos Farina

Trabalho de Iniciação Científica realizado em 2020 do Programa de Iniciação Científica da Universidade Municipal de São Caetano do Sul USCS

O trabalho foi apresentado no X Encontro de Iniciação Científica UFABC LINK: <https://propes.ufabc.edu.br/ic/simposios/edicoes-antiores/2020-x-encontro-de-iniciacao-cientifica>

<https://propes.ufabc.edu.br/images/ProPes/ic/eic/2020-x-eic/hum.pdf>

RESUMO: O Consumo Colaborativo é uma forma de consumo com foco em sustentabilidade, na qual as pessoas dispensam a importância da posse de seus produtos para dar importância à satisfação de determinada necessidade. É um conceito relativamente recente, ainda em construção, assim como os negócios baseados nesse modelo. Não há uma definição específica para modelo de negócios, mas todos os autores que tratam do tema, o relacionam à forma com que as empresas criam valor para os seus clientes, sendo valor, o que faz o cliente optar pelos produtos e serviços de determinada empresa. Neste trabalho será utilizado o modelo CANVAS como forma de análise das empresas relacionadas ao consumo colaborativo. A forma de consumo da sociedade hoje cria diversos problemas ambientais para o planeta, muitas vezes ignorados pelas empresas, pois, as

medidas ambientais não são interessantes economicamente. Isso torna a abordagem de novos modelos de negócios mais ampla, de forma a trazer benefícios econômicos, sociais e ambientais para as organizações e para a sociedade em geral. O Consumo Colaborativo, embora não seja a solução para os problemas ambientais, traz algumas ideias interessantes, que podem ter impactos sustentáveis positivos e a análise e as possibilidades de utilização desses modelos de negócios podem contribuir para a causa da sustentabilidade. A pesquisa teve caráter exploratório e foram analisadas as informações contidas nos sites das empresas relacionadas aos itens do modelo CANVAS. As informações dos sites enfatizam as vantagens e conveniências de se utilizar os produtos e serviços, mas, não enfatizam o desapego ou a preocupação ambiental e o maior compartilhamento de produtos e serviços, isto é, a questão da sustentabilidade não está explícita na oferta desse tipo de negócio.

PALAVRAS-CHAVE: Consumo Colaborativo; Sustentabilidade; Modelos de Negócios; Oportunidades Econômicas; Plataforma digital.

1 | INTRODUÇÃO

A escassez de recursos é tema de análise tanto a nível mundial como para os países, estados, organizações, pessoas e para a sociedade. De forma crescente a preocupação com os recursos tem ganhado maior visibilidade e constata-se a realização de ações sustentáveis e de políticas para amenizar impactos resultantes da produção de serviços e

de produtos que visam atender a demanda e o consumo das populações.

As expressões economia colaborativa, economia solidária e consumo colaborativo estão relacionados e ainda não estão devidamente definidos. O consumo colaborativo tem foco na transação entre pessoas, efetuada de forma direta com ênfase na reutilização e contribuição sustentável devido a minimizar a utilização de recursos na produção de produtos. O consumo colaborativo está centrado na troca de produtos e de serviços e se apresenta como conduta mais responsável e sustentável, neutralizando o enfoque na posse de bens (FREITAS; PETRINI; SILVEIRA, 2016).

Esse fenômeno ganhou força dentro da lógica do capitalismo, na sociedade que atua na forma de rede e apoiada na tecnologia da informação (BARROS; PATRIOTA, 2017), indicando novas formas de se fazer negócios. O conceito modelo de negócios apresenta várias abordagens, porém sem uma definição específica. Considera-se neste trabalho modelo de negócios como a forma que um negócio pode gerar valor para o cliente e gerando receita e lucro (JOIA; FERREIRA, 2015).

Por outro lado existem dificuldades para se gerar negócios, com benefícios sociais e sustentáveis, capazes de obter vantagens nas oportunidades do mercado de forma que uma empresa se torne competitiva. Dessa forma a maioria reluta em optar pelo caminho da sustentabilidade. O caminho que se delineia é o da mudança no modelo de negócios adotado e que possibilite a captação tanto do valor econômico quanto do ambiental e do social (SPEZAMIGLIO, 2016).

A compreensão e a criação de um modelo de negócios contribuem para a realização do plano de negócios de uma empresa, e uma das formas de realizá-lo é proposto por Osterwalder e Pigneur (2013). O modelo CANVAS pode auxiliar as empresas interessadas em negócios na economia colaborativa.

A questão/problema a ser respondida por este trabalho é: Quais são os tipos e características de modelos de negócios calcados no consumo coletivo e na sustentabilidade, com base no modelo CANVAS?

O objetivo é identificar os tipos de modelos de negócios caracterizados pelas empresas com base no consumo colaborativo e as características delas com base no modelo CANVAS. A pesquisa pode fornecer um panorama dos modelos de negócios para as pessoas que desejam, como empreendedoras, abrir seus negócios na economia colaborativa, além de indicar pontos para os quais devem estar atentos, segundo os nove itens do modelo CANVAS e ainda, como contemplam a sustentabilidade. A pesquisa é realizada por meio da análise dos sites dessas empresas. Alguns itens do modelo CANVAS não são obtidos por essa análise, como por exemplo, a estrutura de custos, uma vez que as empresas não o disponibilizam no site.

2 | REFERENCIAL TEÓRICO

O desenvolvimento deste trabalho está baseado nos temas Consumo Colaborativo, Modelos de Negócios, Negócios baseados na Sustentabilidade.

2.1 Consumo Colaborativo

Segundo Freitas et al (2016), a aquisição exagerada e o comportamento respaldado no desperdício são os principais responsáveis por diversos problemas ambientais, além de contribuir para o esgotamento dos recursos. O compartilhamento, empréstimo ou até mesmo a locação de bens é uma medida que vem sendo utilizada para evitar o consumo desnecessário dos recursos oferecendo ao consumidor os mesmos benefícios da posse do produto.

Silveira et al (2016) afirmam que a economia compartilhada teve início nos anos 90 nos Estados Unidos, impulsionado pelo avanço tecnológico o que facilitou a redução dos custos em operações *on-line peer-to-peer* (originário do inglês par-a-par ou ponto-a-ponto) com rede de computadores conectando todos os pontos, funcionando tanto como cliente quanto como servidor o que permite o compartilhamento de serviços e dados sem a obrigação de um servidor central. Isso facilitou a criação de novos modelos de negócios com base na troca de produtos ou de serviços entre empresas ou entre pessoas.

Os autores Silveira et al (2016) afirmam que a economia compartilhada permite a possibilidade do acesso a bens e serviços, sem que fatalmente ocorra a aquisição do produto ou escambo monetário. Com isso ocorreu um aumento no número de elaboração de novos modelos de negócio, expandindo a economia compartilhada.

A economia compartilhada consolidou-se inicialmente em alguns países do continente europeu e nos Estados Unidos, destacando-se como uma forma de adquirir produtos ou serviços pelo compartilhamento, troca ou venda levando consigo o senso de comunidade (ABU-MARRUL; HEIMBECKER; SOARES, 2018).

A ideia de escambo ou troca de produtos são conceitos antigos, porém consumo colaborativo é relativamente recente e as empresas que adotam esse modelo, buscam por novos modelos de negócios que estimulem o consumo com menos impactos para o meio ambiente. Compartilhar produtos e serviços substitui novas compras e a utilização desnecessária de insumos (FREITAS; PETRINI; SILVEIRA, 2016). Esse conceito está focado na coletividade, com as pessoas compartilhando produtos e serviços, estimulando o desapego e o compartilhamento (ORNELLAS, 2012). Nesse ambiente as pessoas e empresas coordenam como os recursos serão adquiridos e distribuídos com base na troca, de forma financiada ou na troca por outro bem ou serviço.

Hantt e Santos (2016) evidenciam um novo padrão de consumismo, na forma colaborativa de consumo uma vez que o consumidor deixa de comprar e opta por alugar, emprestar ou compartilhar. Com a utilização da internet, as plataformas digitais auxiliaram

este modelo de consumo colaborativo.

Segundo Abul-Marrul et al (2018) a internet implementou uma forte atuação na mudança de como os indivíduos compartilham informações a respeito de serviços e produto. Desempenhando papel importante na disseminação do consumo colaborativo aproximando consumidores aos produtos, serviços e compartilhando conteúdos.

Abul-Marrul et al (2018) também reiteram que as pessoas interagem no campo virtual gerando conexões, trocando informações e experiências. Porém esse diálogo não se restringe somente à internet, pois, os atos de consumo colaborativo vêm sendo utilizados no mundo real, no cotidiano das pessoas.

Freitas; Petrini e Silveira (2016) explicam que plataformas online fazem a intermediação entre as pessoas e empresas e, em outros casos, a empresa responsável pela plataforma adquire e aluga ou vende os produtos e serviços das empresas interessadas.

Segundo Belk (2013) as pessoas compartilham coisas, baseadas no sentido da sobrevivência ou pelo senso de altruísmo, como cortesia ou por gentileza. As pessoas e empresas não querem ter – possuir – os bens, somente utilizá-los ou experimentá-los por determinado período de tempo (BELK, 2013).

O consumo colaborativo pode indicar oportunidades de novos negócios e não deve ser encarado como uma alternativa para os momentos em que a economia não está crescendo ou está recessiva. Deve ser entendido como incentivo na oferta de formas diferenciadas de valor para satisfazer as necessidades das pessoas (SILVEIRA; PETRINI; SANTOS, 2016).

A economia compartilhada tem como meio os recursos da tecnologia da informação e comunicação – TIC como plataforma que possibilita o compartilhamento organizado, ofertas e procuras de produtos ou serviços. Esses modelos de negócios combinam sustentabilidade e crescimento econômico (FREITAS; PETRINI; SILVEIRA, 2016), o que pode atrair consumidores com comportamento voltado para a responsabilidade social.

Os autores Freitas, Petrini e Silveira (2016) identificaram duas vertentes na economia compartilhada: as novas oportunidades econômicas – NOE - e o consumo de intenção ideológica – CII e tipos diferentes de consumidor. O perfil do consumidor do NOE, na intenção de compra, pode estar mais direcionado pelo acesso ao produto considerando a disponibilidade e o custo. Nos modelos CII, o consumidor está mais motivado com base no estilo de vida colaborativo e na crença do bem comum.

2.2 Modelos de negócios

O tema modelo de negócios apresenta várias abordagens e inicialmente era identificado como um conjunto das características de um negócio. Em outro momento modelo de negócios foi identificado como os tipos de negócio de determinado setor e com a utilização da internet, vários surgiram, o que dificultou a determinação de uma adequada definição para o tema (JOIA; FERREIRA, 2015).

Hantt e Santos (2016) citam a cocriação de valor como ferramenta de modelo utilizada dentro da empresa como um potencializador de valor entre empresa e consumidor, uma vez que os conceitos tradicionais de consumo capitalista não atendem as necessidades impostas pelo mercado e que por conta da evolução digital o consumidor está mais participativo.

Modelos de negócios e estratégia são conceitos relacionados e os autores Joia e Ferreira (2015) analisam as diversas definições e as comparam na busca das relações entre os conceitos. Entre os modelos que os autores apresentam o do autor Rappa (2004), define modelo de negócios como o método utilizado na realização dos negócios.

Segundo o autor o modelo de negócios mostra como a empresa cria valor no tipo de relação que ocorre com os clientes para a geração de receita, enfatizando que os métodos de fazer negócios, variam de acordo com o segmento no qual a empresa atua, além de itens como os limites tecnológicos e a competição com outras empresas atuantes no setor.

Morais e Bonomi (2014) enfatizam que na cocriação, a metodologia entre clientes e fornecedores atua em conjunto de maneira interativa e coordenada com ambas as partes atuando de forma ativa e o valor é cocriado na cooperação interativa, e vinculado a ambas as partes. Esse contato entre as partes pode se dar em diversas fases na cadeia de *valor*. Exemplo no design e customização de um produto ou na entrega de um serviço.

Em um ponto de vista voltado unicamente para a troca de produtos, o consumidor é tratado como um cocriador acrescentando valor neste âmbito de modelo, estratégia no qual gera uma maior satisfação por parte do consumidor (HANTT; SANTOS, 2016).

Macedo et al (2013) ressaltam a relevância sobre a aplicação de um modelo de negocio dentro da organização, perfilando produto e serviço entregue de acordo com o perfil do cliente. A elaboração deste modelo por meio da ferramenta CANVAS funciona como um guia constituído por um mapa de nove blocos que possibilita descrever, entender, discutir, analisar e criar valores para os clientes (na organização) de forma arrojada e criativa auxiliando na elaboração de estratégias de negócios.

Os autores Lumpkin e Dess (2004) ressaltam a relação entre modelo de negócios e a criação de valor tendo como objetivo a criação de vantagem competitiva. No trabalho de Chaharbaghi, Fendt e Willis (2003) o conceito é analisado de acordo com as práticas adotadas pelos gerentes da organização na adequação da empresa ao ambiente na qual está inserida. Para Betz (2002) modelo de negócio tem a ver com a geração de receita conforme os responsáveis pela empresa, cujo objetivo é gerar lucro.

Morais e Bonomi (2014) afirmam que a comunicação e o convívio entre empresa e cliente eleva o desenvolvimento de soluções com resultados satisfatórios. Esse contato entre todas as partes envolvidas gera confiança e satisfação de ambas as partes. Esta prática de relacionamento que faz a diferença na cocriação de valor, destacando três elementos referentes a esta experiência de relacionamento: cognição, emoção e comportamento

Para Amit e Zott (2001) modelo de negócios representa a forma de estrutura

utilizada pela empresa na exploração das oportunidades que surgem no mercado e, assim é importante avaliar os diversos ambientes de marketing no qual a empresa está inserida. Com esse procedimento a empresa precisa analisar o ambiente no qual atua a fim de detectar as oportunidades.

Outro ponto citado por Hantt e Santos (2016) é a troca de informações sem que haja restrições entre empresa e consumidor, é a transparência na comunicação entre as duas partes conscientizando o consumidor dos riscos e benefícios que podem ocorrer em virtude das decisões e ações tomadas em conjunto. A intenção do processo de cocriação de valor é aumentar a interação entre as partes envolvidas para gerar valor em conjunto com o consumidor.

Apesar da falta de uma definição mais precisa, a criação de valor está relacionada com o modelo de negócios (SPEZAMIGLIO, 2016). Segundo Osterwalder e Pigneur (2002), valor é o que determina a escolha de uma empresa por outra pelo consumidor.

Os negócios de impacto social também podem ser lucrativos e as empresas utilizam as mesmas formas de gerir seus negócios apresentando mais foco e coerência com suas missões (WILNER; SANTOS, 2018).

A classificação de Botsman e Rogers (2011) contribui para a compreensão dos modelos de negócios relacionadas à economia colaborativa:

- a) Sistemas de serviços de produtos: compartilhamento de produtos entre diversas pessoas, por exemplo, aluguel de brinquedos ou de veículo.
- b) Mercados de redistribuição: exemplificando, a venda de livros usados.
- c) Estilos de vida colaborativos: compartilhamento de ativos, que podem ser intangíveis, tal como *coworking*, além da utilização de espaços coletivos. Outro exemplo, a plantação de vegetais etc.

Vedana e Brei (2016) classificam o consumo colaborativo em *online* e *off-line*: a) entre consumidores e uma empresa, b) entre consumidores e c) entre consumidores com a mediação de uma empresa. As classificações apresentadas podem ser analisadas segundo o trabalho realizado por Osterwalder e Pigneur (2013, p. 16, 17) que apresentam uma abordagem com nove itens – blocos - que devem ser analisados para a criação e/ou avaliação de um modelo de negócios: segmento de clientes, proposta de valor, canais, relacionamento com clientes, fontes de receita, recursos principais, atividade-chave, parcerias principais e estrutura de custos. Essas análises feitas nas empresas que atuam na economia colaborativa contribuem para o entendimento desse tipo de negócio e contribuem também para a realização de pesquisas futuras com o intuito de aprofundar o conhecimento.

Costa, Pupo Junior e Leandro (2018) afirmam que o modelo de negócios deve estar em concordância com o ambiente, suas mudanças e o desenvolvimento da organização. Algumas ferramentas como o modelo CANVAS auxiliam na percepção do atual modelo indicando se o modelo deve ser ajustado ou substituído.

A elaboração apresentada no CANVAS possibilita a formação de modelos de negócios mais arrojados, independente da dimensão da empresa. Além do que a estruturação com essa ferramenta promove uma atualização mais ágil do modelo de negócios de acordo com as variações do ambiente (COSTA; PUPO JUNIOR; LEANDRO, 2018).

Segundo a literatura os itens: fontes de receitas, canais, segmento e relacionamento com os clientes, constituem como a empresa se propõe a gerar valor para o cliente. No lado oposto, os itens: estrutura de custos, recursos principais, parcerias principais e atividades-chave, dizem respeito aos assuntos estruturais da organização, por exemplo, o que será feito, recursos e parcerias (COSTA; PUPO JUNIOR; LEANDRO, 2018).

O CANVAS é uma ferramenta que pode ser visualizada por meio de um mapa o que simplifica o entendimento do modelo de negócio de uma organização. A elaboração de um modelo de negócio em um panorama compreensível como CANVAS proporciona melhor compreensão do que se deseja realizar assegurando a participação de todos os envolvidos (PINTO; FAÇANHA NETO, 2018).

Os autores Pinto e Façanha Neto (2018) expressam que, ainda que o CANVAS seja considerado uma ferramenta importante para a introdução de um planejamento estratégico ele não possui variações para a prática de desenvolvimento sustentável e dessa forma, é relevante, porém, não suficiente.

Para que o modelo CANVAS atenda às necessidades de sustentabilidade exigida pelo mercado houve a necessidade da elaboração de um novo modelo de negócios altamente sustentável o Flourishing Business Canvas com técnicas de inovação estratégica no qual os autores enfatizam que uma organização sustentável é aquela que produz resultados ambientais e sociais, garantindo que a humanidade possa progredir neste planeta incessantemente (PINTO: FAÇANHA NETO 2018).

Os autores destacam que este modelo Flourishing Business Canvas auxilia as organizações a produzir um modelo de negócios sustentável em nível econômico, social e ambiental, totalizando 16 blocos que formam esta ferramenta: objetivos, benefícios, custos, atores do ecossistema, necessidades, *stakeholders*, relacionamentos, canais, co-criações, co-destruições, governanças, parcerias, recursos, estoque, atividades e serviços de ecossistema com base nos negócios.

2.3 Negócios baseados na sustentabilidade

Desde os anos de 1970 discutiu-se que as empresas deveriam ser responsabilizadas pelos impactos ambientais que causavam na natureza e os governos tiveram uma mudança nos seus papéis, criando leis que visavam mitigar os impactos ambientais com a responsabilização das empresas (SPEZAMIGLIO, 2016).

As certificações no Brasil estimularam as empresas a tomar uma posição de prevenção dos danos ambientais além de ser uma forma de procedimento que agrega valor a si mesmo.

Anteriormente as organizações obtinham superioridade no seu objetivo central formando estratégias que dessem lucro aos seus sócios e nos dias de hoje as empresas constituem valor partilhando com a sociedade por meio da sustentabilidade (PINTO; FAÇANHA NETO, 2018)

Os autores também reiteram que para uma organização ser apontada como sustentável deve atender a especificações economicamente viáveis, de forma competitiva e sem agredir o meio ambiente e participar na evolução social tanto da sua região quanto do seu país.

Para que sejam atendidas as tendências futuras do mercado algumas modificações na estratégia da empresa foram adotadas, passando a ter como base quatro pontos: ampliação da atuação em economia de crescimento, com produtos inovadores, realização de aquisições e parcerias, investimento em sustentabilidade e com menor impacto social possível (BONAZZI; ZILBER, 2013)

O modelo de negócios voltado para a sustentabilidade pode ser produtivo, auxiliando na compreensão dos fenômenos organizacionais assim facilitando a percepção, visualização e a distribuição da lógica de negócios pelos seus responsáveis. Dessa forma ajuda a assimilar melhor os fatores ligados a gestão de sustentabilidade da empresa, possibilitando reformular os objetivos de uma organização tradicional agregando sustentabilidade com outras estratégias ligadas a organização de forma mais simples e abrindo espaço em um novo mercado sustentável de negócios (SPEZAMIGLIO; CALIA 2016).

Pinto, Façanha Neto (2018) salientam que organizações tendem a modificar seus modelos de negócios produzindo, dessa forma, impactos sociais e ambientais além de visar sua sustentabilidade financeira e para isso foi criada a ferramenta Flourishing Business Canvas, um modelo de negocio em nível econômico, social e ambiental potencialmente sustentável que seria uma ampliação do modelo CANVAS.

Um modelo de planejamento sustentável tem como objetivo ter superioridade competitiva sustentável, agregando valor para a organização e dessa maneira as empresas podem ter um planejamento estratégico que possibilite analisar o seu posicionamento em relação às variáveis de sustentabilidade (Pinto; Façanha Neto, 2018).

Grande parte das empresas do setor mineral vem adotando práticas de gestão para a sustentabilidade com um método ofensivo destacando com vigor os métodos de redução de impactos ambientais, com metodologias produtivas envolvendo todas as partes relacionadas com o projeto e assim adiantando-se às exigências socioambientais (KNEIPP et al, 2013).

A inovação nos modelos de negócios pode contribuir na eliminação ou diminuição dos impactos ambientais (SPEZAMIGLIO, 2016) e o consumo colaborativo pode contribuir com essas mudanças.

A modificação do modelo de negocio para incorporar a sustentabilidade como prática para gerar valor na organização torna-se um componente relevante para que aconteçam

as mudanças necessárias para a sustentabilidade. A fim de que se cumpram as metas de gestão ambiental e empresarial à gestão deste modelo de negócio sustentável, o mesmo deve ocorrer de forma integrada e trazendo os benefícios característicos (SPEZAMIGLIO; CALIA 2016).

Segundo Spezamiglio e Calia (2016) nos anos de 1990 houve mais discussões referentes ao desenvolvimento sustentável e o consumidor ficou mais consciente e cobra das empresas uma maior preocupação em relação ao meio ambiente (MENEZES; GOMES; DANTAS, 2016).

Apesar de muitas empresas adotarem medidas sustentáveis no Brasil e no mundo, as medidas não são suficientes, pois se constata um maior uso dos recursos além do aumento da população (SPEZAMIGLIO, 2016). O sucesso das empresas está na mudança de visão dos negócios e no aproveitamento das oportunidades resultantes desse enfoque na sustentabilidade (VASCONCELOS; SILVA; SILVA; 2013).

Silva et al (2016) indicam que nos dias de hoje a sustentabilidade vem sendo motivo determinante para investidores quando vão decidir onde investirem seus recursos. O índice ISE é um índice de sustentabilidade empresarial que pode comparar as empresas listadas na BM&FBOVESPA com relação às ações de sustentabilidade das empresas.

Spezamiglio e Calia (2016) também ressaltam os prós e contras que o uso de um modelo sustentável pode trazer para a organização como o aumento da produtividade e redução de custos, melhoria da imagem da empresa, aumento da confiança do consumidor na empresa e certificações ambientais. Em contrapartida o alto custo ligado à infraestrutura torna o investimento inicial elevado resultando em preços finais mais elevados, o que dificulta a competição com outras organizações no mercado, apesar de essa infraestrutura no longo prazo poder gerar economia e aumento de produtividade.

Silva et al (2016) observaram que embora o conhecimento sobre sustentabilidade ainda seja incipiente, muitos já associam sustentabilidade como um ganho em prol da sociedade. A dificuldade encontrada está na mentalidade de muitos empresários que objetivam o lucro da organização para atingir suas metas e planos de ações estabelecidos.

3 | PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Esta pesquisa tem natureza exploratória e objetiva analisar empresas da economia colaborativa segundo o modelo CANVAS, por meio dos seus sites. O objetivo da pesquisa exploratória é apresentar ideias e conceitos que esclarecem o fenômeno e auxiliam as pesquisas futuras (GIL, 2011). Além da classificação do tipo de produto ou serviço, se ocorre o compartilhamento ou o aluguel deles, se o negócio indica novas oportunidades econômicas ou se o consumo tem intenção ideológica (FREITAS; PETRINI; SILVEIRA, 2016) ou conforme Botsman e Rogers (2010) ser classificado como compartilhamento ou redistribuição ou estilos de vida colaborativos. Também será indicado, para cada empresa

pesquisada se o produto ou serviço estabelece uma relação: consumidor – empresa, ou consumidor – consumidor, ou consumidor – consumidor mediado por uma empresa (VEDANA; BREI, 2016). Enfim, as ferramentas de análise, apresentadas no referencial teórico bem como o modelo de negócios CANVAS serão utilizados para a definição dos modelos de negócios. Pretende-se obter conhecimento a respeito dos itens do CANVAS e de indicações da sustentabilidade das empresas por meio da análise do site das empresas.

Na tabela 1 a seguir, são apresentados alguns sites que tratam da economia colaborativa e que serão analisados, tais como:

OLX	https://www.olx.com.br/
Airbnb	www.airbnb.com.br
Mercado livre	https://www.mercadolivre.com.br/
Uber	https://www.uber.com/br/pt-br/
Enjoei	https://www.enjoei.com.br/
Rappi	https://www.rappi.com.br/
Blablacar	https://www.blablacar.com.br/
FazOque	https://www.fazoque.com/public/
Bynd	https://bynd.com.br/
99	https://99app.com/seja-motorista-99
Maxmilhaaa	https://www.maxmilhas.com.br/
Plataforma do Face Book	https://www.facebook.com/

Tabela 1 Sites de comercio colaborativo

Fonte: Autores

4 | ANÁLISE DOS DADOS

A pesquisa teve início com algumas empresas selecionadas e caracterizadas como comércio colaborativo: Enjoei, 99, Olx, Airbnb, Mercado livre, Uber, Enjoei, Rappi Blablacar, FaZoQuê, Bynd e páginas em sites de relacionamento

No modelo de negócios da empresa Enjoei pessoas e pequenas empresas vendem produtos usados para consumidores. A empresa é uma plataforma multilateral que conecta clientes e fornecedores. Na empresa “Enjoei” qualquer pessoa de qualquer lugar do Brasil pode vender objetos usados em bom estado, em sua grande maioria produtos de moda. Esse negócio é caracterizado como redistribuição conforme Botsman e Rogers (2011), sendo também uma relação: consumidor-consumidor mediado por uma empresa (VEDANA; BREI, 2016).

O modelo de negócio da 99 funciona também como uma plataforma conectando pessoas que precisam se deslocar, com carros particulares e motoristas de taxis. É o mesmo princípio da Uber e do Airbnb.

O modelo de negócio da OLX também é plataforma multilateral relacionando clientes e fornecedores de produtos novos e usados. É uma espécie de classificados com baseado em plataforma mobile. O foco são as pessoas físicas. O Mercado livre, tem foco nos pequenos varejistas que fazem vendas online no modelo de *marketplace*.

Essas empresas são caracterizadas pela oportunidade econômica segundo Freitas, Petrini e Silveira (2016) e pela relação: consumidor-consumidor mediado por uma empresa.

A empresa Airbnb funciona como Plataforma Multilateral ligando turistas, que precisam alugar um imóvel ou um espaço, a donos de imóveis que oferecem casas, apartamentos e quartos.

A empresa Mercado Livre é do tipo *marketplace* com produtos de diversos vendedores, no seu ambiente virtual. É também plataforma multilateral atendendo vendedores e consumidores.

A empresa Uber também é uma plataforma multilateral, ligando motoristas e passageiros. A ligação ocorre por meio de seu aplicativo mobile.

A empresa Rappi utiliza de plataforma multilateral, ligando empresas a entregadores e clientes, para a entrega de produtos. O modelo de negócio é similar ao da iFood. As empresas Airbnb, Mercado livre, Uber e Rappi são do tipo: relação consumidor-empresa, segundo Vedana e Brei (2016).

O modelo de negócios da Blablacar é caracterizado por uma plataforma que viabiliza caronas, e é caracterizada pelo compartilhamento segundo Botsman e Rogers (2011) e pela relação consumidor-consumidor (VEDANA; BREI, 2016). Outra empresa que funciona como plataforma é a FaZoQuê (FzQ). Ela disponibiliza a troca de serviços entre os clientes. Dessa forma está baseada no consumo colaborativo com base na permuta de serviços oriundos das habilidades dos clientes.

O modelo de negócios da Bynd é constituído por um app de caronas corporativo, fácil prático e seguro. Os profissionais de trabalho realizam a carona solidária caracterizada pelo compartilhamento (BOTSMAN; ROGERS, 2011) e pela relação consumidor-consumidor (VEDANA; BREI, 2016).

Na tabela 2 foram listados os itens relacionamento com os clientes, segmentos de clientes, canais e fontes de receita do CANVAS (COSTA et al, 2018) a respeito das empresas indicadas, por meio dos seus sites.

Empresas	Relacionamento com o cliente	Segmentos clientes	Canais	Fontes de receita
99	Suporte de atendimento ao consumidor	Passageiros e Motoristas	Aplicativo 99	Preço por corrida de acordo com o transporte (taxa pop, top) 20% do valor de cada corrida.
OLX	Suporte de atendimento ao consumidor	Consumidores e vendedores	Aplicativo Mobile Web Site	Taxa fixa de anúncio por três meses CPC rede de display
Airbnb	Suporte e atendimento	Turistas e anfitriões	Airbnb.com app Airbnb	3% do valor da reserva, 6 a 12% do valor da reserva
Mercado livre	Suporte de atendimento ao consumidor. e sistema de avaliações	Consumidores e pequenos varejistas virtuais	Website mercado livre, Search Engine Optimization -SEO (trafego orgânico em mecanismo de busca)	Tarifas de anúncios, vendas, frete e intermediações de pagamento.
Uber	Suporte de atendimento ao consumidor	Passageiros e Motoristas	Aplicativo mobile e mídias sociais	Preços por corrida com base em um sistema de tarifas variáveis. 20% no valor de cada corrida
Enjoei	Atendimento ao consumidor	Consumidores e vendedores	Site enjoei.com.br e enjuapp	Taxas de saque, administrativa e manutenções de conta. Comissão + taxas administrativa e enjoei Pro
Rappi	Atendimento ao consumidor	Consumidores estabelecimentos comerciais e entregadores	App Rappi site Rappi	Taxas de entrega por pedido ou Rappi Prime (assinatura) comissão sobre valor do pedido + taxas para destaque anúncios e distribuição de amostras merchandising
Blablacar	Suporte e plataforma (Web Móvel)	Passageiros e motoristas	Plataforma digital	O site não tem informações a respeito da fonte de receita.
Fazoque	Plataforma digital	Troca de prestação de serviço estabelecendo relações onde é possível economizar dinheiro	Plataformas digitais e perfis em mídias sociais	Anúncios e divulgação de serviços dentro do site

Bynd	Plataformas digitais, site www.bynd.com.br.	Conectar pessoas de uma mesma rede confiável como empresas, universidades e outras instituições.	Plataformas digitais e perfis em mídias sociais	Anúncios e divulgação de serviços dentro do site
------	---	--	---	--

Tabela 2 Relacionamento com os clientes, segmentos de clientes, canais e fontes de receita.

Fonte: Autores

O Modelo de negócios das páginas em sites de relacionamento Feira do Rolo Bertioiga, Vendas e Rolos ABC, Vendas e Troca em diadema e grande ABC, Feira do rolo Jabaquara na zona sul e trocas e vendas de peças de moto em SP não têm fins lucrativos onde são divulgados produtos para a venda ou troca, e também ocorre a divulgação de prestação de serviço criando uma rede denominada pelo autor Silveira et al (2016) *on-line peer-to-peer* (originário do inglês par-a-par ou ponto-a-ponto) com rede de computadores conectando todos os pontos, funcionando tanto como cliente quanto como servidor o que permite o compartilhamento de serviços e dados sem a utilização de um servidor central.

Na tabela 3 foram listadas algumas páginas encontradas na plataforma de mídia social facebook: Feira do rolo Bertioiga, Vendas e rolos ABC, Venda troca em diadema e grande ABC, Feira do rolo Jabaquara na zona sul, Trocas e vendas de peças de moto em SP, Guarulhos, vendas e trocas de carro e moto, e venda de motos em diadema ABC.

Páginas do face book	Relacionamento com o cliente	Segmento de cliente	Canais	Fontes de receita
Feira do rolo Bertioiga	Páginas e grupos de face Book	Usuário da rede de mídia social	Mídia social de face book	Autossustentável sem fins lucrativos
Vendas e rolos ABC	Páginas e grupos de face Book	Usuário da rede de mídia social	Mídia social de face book	Alto sustentável sem fins lucrativos
Venda troca em diadema e grande ABC	Páginas e grupos de face Book	Usuário da rede de mídia social	Mídia social de face book	Alto sustentável sem fins lucrativos
Feira do rolo Jabaquara na z.s	Páginas e grupos de face Book	Usuário da rede de mídia social	Mídia social de face book	Alto sustentável sem fins lucrativos
Trocas e vendas de peças de moto em SP, Guarulhos.	Páginas e grupos de face Book	Usuário da rede de mídia social	Mídia social de face book	Alto sustentável sem fins lucrativos

Tabela 3. Pagina de mídias sociais que atuam no comercio colaborativo seja através do escambo de produtos, vendas ou prestação de serviços.

Fonte: Autores

Com base na literatura, a tabela 2 e 3 apresentam as diversas formas que as empresas criam suas fontes de renda segundo Costa et al (2018), com base nos sites

das empresas pesquisadas. As páginas do facebook analisadas indicam oportunidades econômicas (FREITAS; PETRINI e SILVEIRA, 2016), também caracterizadas pela redistribuição (BOTSMAN; ROGERS, 2011) e pela relação consumidor-consumidor (VEDANA; BREI, 2016).

No item relacionamento com o cliente, constatou-se como meios de comunicação a plataforma digital, website da empresa e o sistema de atendimento ao consumidor – SAC. Silveira et al (2016) ressaltam o avanço da economia compartilhada devido à utilização crescente da tecnologia a partir dos anos 90 por meio de redes de computadores, o que permite o uso tanto para o cliente como para o servidor.

A análise do item segmento/cliente identifica a quem as empresas atendem ou oferecem valor. Nas empresas pesquisadas constata-se serviços oferecidos para o cliente final e em alguns casos, pequenas empresas: transporte de passageiros, compartilhamento de carona, usuários do Facebook, consumidores, vendedores e prestadores de serviço.

No item Canais, são apresentadas as empresas que utilizam plataformas digitais, o que confirma, pela literatura, a utilização da internet para facilitar o consumo colaborativo (HANTT, SANTOS, 2016). Os autores Leite, Huertas e Oliveira (2012) evidenciam que os principais meios utilizados para esse contato são o Facebook, twitter e Youtube, além de outros meios como Vimeo, Formspring e Websites de cocriação, que são pouco utilizados, evidenciando que a maioria das empresas tem como principal objetivo reforçar sua marca e produto.

Fontes de receita: empresas que atuam com transporte, como por exemplo, o Uber e 99 cobram uma porcentagem sob cada corrida. A empresa Airbnb tem como fonte de receita uma porcentagem em cada reserva feita por turistas, já a Enjoei usa taxas administrativas e planos de fidelidade como a Enjoei Pró. Mercado livre lucra com tarifas sobre anúncios, enquanto a Rappi usa taxas fixas por cada entrega e de acordo com a distância do local de entrega do pedido. Com relação à empresa blablacar não foi encontrado no site as fontes de receita e todas as páginas pesquisadas que apresentam serviços por meio do facebook, indicam que as empresas não tem fins lucrativos para seus criadores.

A tabela 4 indica como a empresa gera valor para o seu cliente, segundo Costa et al (2018).

Empresas	Parceiros chave	Atividade chave	Recursos chave	Estrutura de custos	Proposta de valor
99	Geteway de pagamento	Marketing e suporte, seleção de motoristas.	Plataforma digital, motoristas cadastrados.	Plataforma tecnológica, equipe, marketing e suporte.	Transporte privado a um toque de distancia, ganhe dinheiro transportando passageiros sob demanda.
olx	Google adeense	Manutenção e desenvolvimento da plataforma	Plataforma tecnologia e marca	Equipe, plataforma e publicidade.	Acesso a produtos usados por um bom preço
Airbnb	Google	Marketing e suporte, seleção de anfitriões.	Plataforma digital, lugares, experiências e anfitriões cadastrados.	Plataformas tecnológicas, equipe, marketing e suporte.	Fique em lugares únicos diretamente de moradores e viva experiência local, ganhe dinheiro alugando quartos ou imóveis.
Mercado livre	Diversos	Auditoria e ações anti fraude, gestão de qualidade dos pequenos varejistas.	Plataformas tecnológicas e marca	Custo de manutenção da plataforma, antifraude e equipe.	Acesso a um grande numero de produtos em uma ambiente confiável, acesso a um grande numero de consumidores
Uber	Wase	Marketing e suporte, seleção de motoristas.	Plataformas digitais e motoristas selecionados	Plataformas tecnológicas, equipe marketing e suporte.	Transporte privado a um toque de distancia, ganhe dinheiro transportando passageiros sob demanda.
Enjoei	Adquirentes de cartão de credito, correios.	Curadoria dos produtos marketing e atendimento	Marca e plataforma enjoei, base de usuários e produtos cadastrados	Plataformas tecnológicas, equipe marketing e atendimento.	Compre produtos usados em bom estado por um preço mais em conta, ganhe dinheiro com produtos que você não usa mais.
Rappi	Adquirente de cartão de credito	Seleção de estabelecimento e entregadores, atendimento ao cliente	Marca e plataforma digital	Plataforma tecnológica equipe de marketing atendimento	Receba o que quiser em casa, venda via delivery para mais clientes e ganhe dinheiro extra com mais flexibilidade
Blablacar	Postos Ipiranga por meio de Km de vantagens	Faz a ligação entre passageiros e motoristas que compartilham o custo da viagem.	Plataforma digital	Plataforma digital e equipe	Compartilhamento de custos entre passageiros e motoristas

Fazoque	O site não disponibiliza informação	Rede de Troca de serviços	Website e plataforma digital	Site não disponibiliza informação	Uma rede de troca de serviços onde necessidade e oportunidade se encontram.
Bynd	Bradesco, mercador livre, Sanofi etc...	Sustentabilidade e redução de custos na sua empresa e integração entre funcionários	Plataforma digital	Plataforma digital equipe de atendimento	Elevar o potencial da cultura de mobilidade compartilhada, convidando empresas e seus colaboradores a transformar o deslocamento nas nossas cidades por meio da carona

Tabela 4 Parceiros chave, atividade chave, recursos chave, estrutura de custos e proposta de valor.

Fonte: autores

A Tabela 5 apresenta itens do CANVAS, de negócios que estão nas páginas de mídias sociais e que atuam no comércio colaborativo seja por meio do escambo de produtos, vendas ou prestação de serviços.

Paginas de Face book	Parceiros chave	Atividade chave	Recursos chave	Estrutura de custos	Proposta de valor
Feira do rolo Bertioiga	facebook	Troca e venda de produtos usados e prestação de serviço	Mídia social		Acesso a um grande numero de produto usados e em bom estado
Vendas e rolos ABC,	facebook	Troca e venda de produtos usados e prestação de serviço	Mídia social		Acesso a um grande numero de produto usados e em bom estado
Vendas trocas em diadema e grande ABC	facebook	Troca e venda de produtos usados e prestação de serviço	Mídia social		Acesso a um grande numero de produto usados e em bom estado
Feira do rolo Jabaquara na z.s	facebook	Troca e venda de produtos usados e prestação de serviço	Mídia social		Acesso a um grande numero de produto usados e em bom estado
Trocas e vendas de peças de moto em SP, Guarulhos	facebook	Troca e venda de produtos usados e prestação de serviço	Mídia social		Acesso a um grande numero de produto usados e em bom estado
Vendas e trocas de carro e moto e venda de motos diadema ABC	facebook	Troca e venda de produtos usados e prestação de serviço	Mídia social		Acesso a um grande numero de produto usados e em bom estado

Tabela 5: Parceiros chave, atividade chave, recursos chave, estrutura de custos e proposta de valor.

Fonte: Autores

No campo que indica os parceiros chave, a pesquisa mostrou que a empresa Mercado Livre tem parceiros diversos, tais como (vendedores e lojistas que anunciam produtos, veículos, imóveis e serviços a milhões de compradores). Já a empresa Bynd tem como parceiros, empresas que buscam o compartilhamento de condução entre seus colaboradores visando à integração de seus funcionários e a sustentabilidade. Olx tem a Google como parceira chave, Uber tem o Waze como parceiro chave enquanto a Blablacar tem os postos Ipiranga e o programa Km de vantagens. Rappi e Enjoei tem como parceiro chave os adquirentes de cartão de crédito, as páginas de prestações de serviços. Escambo de produtos tem a mídia facebook como parceira chave enquanto Que para as empresas fazoque e Airbnb não foi encontrado nenhum tipo de parceria.

No item Atividade-chave, foram selecionadas empresas que atuam no compartilhamento de transporte, escambo de produtos prestação de serviços e venda de mercadorias usadas. Hantt e Santos (2016) evidenciam este padrão de consumo como uma forma colaborativa de consumo uma vez que o consumidor deixa de comprar e opta por alugar, emprestar ou compartilhar.

Com relação ao item recursos chave, constatou-se que todas as empresas relacionadas têm como seu principal recurso as plataformas digitais, website e mídia social. Os autores Freitas, Petrini e Silveira (2016) indicam o modo que plataformas on-line fazem as intermediações entre pessoas e empresa.

Com base nos sites das empresas foi possível obter alguns dados a respeito da estrutura de custos: as empresas têm como principal custo às plataformas digitais, já as páginas do facebook não têm custos para seus fundadores.

A proposta de valor indicada nos sites das empresas confirma as observações de Zacchi (2017) que para agregar valor e benefício ao produto final é fundamental que haja um diálogo entre as partes interessadas, o que vai além de um canal de comunicação e as páginas do facebook, para as empresas Olx, Fazoque, Mercado livre e Enjoei têm como objetivo o acesso a um grande número de produtos usados e em bom estado para escambo ou troca e a divulgação de prestação de serviços. Ornellas (2012) enfatiza que este conceito está focado na coletividade com o compartilhamento de produtos e serviços, estimulando o desapego e o compartilhamento. Já a 99, Uber, Blablacar e Bynd buscam atender as necessidades de transporte da população, Rappi tem a proposta do delivery, levando a comodidade para seus clientes e a Airbnb oferece lugares únicos e experiência local em suas viagens.

Com base nos sites das empresas pesquisadas constatou-se que os negócios não apresentam relação com o conceito de sustentabilidade, o que confirma o questionamento de Silveira et al (2016) se a economia compartilhada mira a sustentabilidade ou é somente outra forma da economia tradicional. Com base nas informações dos sites constata-se que são negócios, sem a preocupação com a sustentabilidade.

5 | CONSIDERAÇÕES FINAIS

O trabalho teve como objetivo identificar os tipos de modelos de negócios das empresas caracterizadas no consumo colaborativo e suas características com base no modelo CANVAS além da relação com o tema sustentabilidade. Os sites das empresas foram pesquisados e as informações a respeito dos itens do modelo CANVAS foram analisadas.

Os modelos de negócios pesquisados apresentam ênfase na sustentabilidade pelo fato de ocorrerem trocas de produtos usados, distribuição, escambos e compartilhamento de serviços, porém, as informações nos sites não evidenciam a sustentabilidade, mas, enfatizam a vantagem ou conveniência de se utilizar dos produtos e dos serviços ofertados.

A análise dos sites e páginas não evidenciou uma preocupação ambiental ou de uma tendência de mudança no comportamento do consumidor visando minimizar o consumo de insumos, de maior desapego e maior compartilhamento e de senso de comunidade.

As empresas pesquisadas utilizam plataformas digitais que viabilizam a relação entre cliente e fornecedor, ou então, o relacionamento ocorre nas redes sociais ou por meio de aplicativos.

Os segmentos de clientes dessas empresas são consumidores finais com necessidades de locomoção, ou de realizar viagens mais baratas ou de descartar/trocar produtos. As fontes de receitas das empresas ou são percentuais de valores transacionados ou advém dos anúncios nas suas páginas.

Este trabalho apresenta limitações uma vez que a fonte de pesquisa foram somente os sites das empresas e as páginas das redes sociais. Estudos futuros devem ser realizados com os usuários das empresas com o intuito de confirmar ou não, as evidências aqui encontradas. O usuário faz uso desses produtos e serviços visando à sustentabilidade ou por um mundo menos consumista, mais solidário e mais colaborativo? A economia colaborativa alavanca a responsabilidade social ou é apenas outra forma de apresentação da economia já conhecida por todos?

AGRADECIMENTOS

Agradecimento a Universidade Municipal de São Caetano do Sul USCS pelo auxílio USCS.

REFERÊNCIAS

ABU-MARRUL, M.; HEIMBECKER, D.; SOARES, R.A. Consumo colaborativo e Sustentabilidade: uma análise da atitude pró-ambiental dos coworkers. In: Seminários em Administração SEMEAD. 21. 2018. São Paulo. **Anais...**São Paulo. 2018.

AMIT, R.; ZOTT, C. Value creation in e-business. **Strategic Management Journal**, v.22, p.493-520, 2001.

BARROS, A. C. P.; PATRIOTA, K. R. M. P. Consumo colaborativo: perspectivas, olhares e abordagens para um conceito em construção. **Signos do Consumo**, São Paulo, v. 9, n. 2, p. 4-15, jul./dez. 2017.

BELK, R. You are what you can Access: Sharing and Collaborative Consumption Online. **Journal of Business Research**, 2014.

BETZ, F. Strategic business models. **Engineering Management Journal**, v.14, n.1, 2002.

BONAZZI, Fabio Luiz Zandoval; ZILBER, Moises Ari. Inovação de modelo de negocio: um estudo de caso sobre a integração do funil de inovação e o modelo canvas. Revista brasileira de gestão de negócios. São Paulo v. 16, n. 53. p 616-637 out/dez 2014.

BOTSMAN, R.; ROGERS, R.; **O que é meu é seu: como o consume colaborativo vai mudra o nosso mundo**. Porto Alegre: Bookman, 2011.

CHAHARBAGHI, K.; FENDT, C.; WILLIS, R. Meaning, legitimacy and impact of business models in fast-moving environments. **Management Decision**, v.41, n.4, 2003.

COSTA, A.P.N.da; PUPO JUNIOR, C. da S.; LEANDRO, L.A.de L. O redesing do business modelo canvas: uma análise sob a perspectiva da estratégia competitiva. In: Simpósio Internacional de Gestão de Projetos, Inovação e Sustentabilidade. 2018. São Paulo: **Anais...** São Paulo. 2018.

FREITAS, C. S.; PETRINI, M. C.; SILVEIRA, L. M. Desvendando o Consumo Colaborativo: Uma proposta de tipologia. **Congresso Latino-Americano de Varejo** 2016.

GIL, A.C. Métodos e técnicas de Pesquisa Social. 6 ed. 4. reimp. São Paulo: Atlas, 2012.

HANTT, A.F.; SANTOS, M. J. dos. We, together: o consumo colaborativo e como as empresas podem utilizar a cocriação para aumentar a percepção de valor. In: Congresso Internacional Comunicação e Consumo. 2016. São Paulo. **Anais...** São Paulo. 2016.

JOIA, L. A.; FERREIRA, S. Modelo de negócios: constructo real ou metáfora de estratégia? **Cadernos EBAPE.BR**, V. 3, N. 4, 2005.

KNEIPP, Jordana Marques; GOMES, Clandia Maffini; ROSA Luciana Aparecida Barbieiri. Prática de gestão para a sustentabilidade e a postura estratégica de empresas do setor mineral. In: ENCONTRO DE ESTUDOS EM ESTRATEGIA, 6., 2013, Bento Gonçalves **Anais...** Bento Gonçalves. 2013.

LEITE, M. G.; HUERTAS, k. Z.; OLIVEIRA, T. M. V. Co-Criação na Internet: Ferramentas Usadas pelas Empresas e Valores Pessoais dos Consumidores no Setor Construção. In: ENANPAD 2012. Rio de Janeiro. Setembro 2012. Disponível em http://www.anpad.org.br/admin/pdf/2012_MKT1553.pdf. Acesso em: 20 de agosto de 2019.

LUMPKIN, G.T.; DESS, G. G. E Business Strategies and Internet Business Models: How the Internet Adds Value. **Organizational Dynamics**, v. 33, n. 2, p. 161-173, 2004.

MACEDO, M. A. et al. Business Model Canvas: a construção do modelo de negócio de uma empresa de móveis. In: Simpósio de Excelência em gestão e tecnologia, 10. 2013. Resende. Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro. 2013.

MENEZES, U. M.; GOMES, A. F.; DANTAS, M. Z. Sustentabilidade e seus Benefícios: Práticas e Ações Sustentáveis Desenvolvidas em Empresas do Distrito Industrial dos Imborés. **Semana do administrador do Sudoeste da Bahia** 2016.

MORAES, Fabio Rogerio; BONOMI, Juliana. Refinando os conceitos de cocriação: Resultados de uma análise da literatura. In SEMEAD, 17., 2014, São Paulo **Anais...** São Paulo: FEAUSP, 2014. p 1-15.

ORNELLAS, R. S. O consumo colaborativo de transporte individual carsharing e o processo decisório do consumidor na cidade de São Paulo. **Dissertação** Pós-Graduação, FEA-USP, 2012.

OSTERWALDER, A.; PIGNEUR, Y. An e-business model ontology for modeling e-business. In: Bled Electronic Commerce Conference, 15., 2002, Bled, Slovenia, pp17-19 Junho 2002.

OSTERWALDER, A.; PIGNEUR, Y. **Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers**. John Wiley & Sons, 2013, 288p.

PINTO, Glailton Robson Costa; FAÇANHA NETO; Inacio Ferreira. Planejamento estratégico sustentável utilizando a ferramenta flourishing busines canvas. In ENGEMA 20., 2018, São Paulo **Anais...** São Paulo 2018. p. 1-16

RAPPA, M. A. The utility business model and the future of computing services. **IBM Systems Journal**, v.43, n.1, 2004.

SILVA, Daniela. ESTENDER, Antonio Carlos. Macedo, Daniela Luiza. MURAROLLI, Priscila Ligabo. A importância da sustentabilidade para a sobrevivência das empresas. **Empreendedorismo, gestão e negócios**, v.5 n.5, p.74-91 Mar.2016.

SILVEIRA, Lisilene Melo; PETRINI, Maria; SANTOS, Ana Clarissa Matte Zanardo. Economia compartilhada e consumo colaborativo o que estamos pesquisando. *Rege*, Rio grande do sul, v. 23 p. 298-305 set. 2016. <http://dx.doi.org/10.1016/j.rege.2016.09.005>

SPEZAMIGLIO, B. S. Implantação de modelos de negócios sustentáveis: barreiras e mecanismos de sucesso. 2016. **Dissertação** (Mestrado em Administração) – Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo. 2016.

SPEZAMIGLIO, Barbara dos Santos; CALIA, Rogerio Ceravolo. Impactos de um modelo de negócio sustentável para a competitividade. In: ENGEMA, 12., 2016, São Paulo. **Anais...** São Paulo: 2016. p. 1-15.

VASCONCELOS, K. C. A.; SILVA, A. Jr.; SILVA, P. O. M. Educação gerencial para atuação em ambientes de negócios sustentáveis: desafios e tendências de uma escolade negócios brasileira. **Revista de Administração Mackenzie** V. 14 N. 4 (on-line).

VEDANA, S.N., BREI, V.A. Consumo colaborativo, acesso ou compartilhamento? Um ensaio teórico sobre a distinção entre conceitos e práticas. In: **CLAV 2016** - 9th Latin American Retail Conference, 2016, São Paulo. CLAV 2016 - 9th Latin American Retail Conference, 2016.

WILNER, A.; SANTOS, A. L. Choque de Realidade. **Revista GV Executivo**, V 17, N 1, p. 7, 2018.

ZACCHI Giancarlo, philippi Cocriação e gestão do design em pequenas empresas rurais e pesqueiras: uma abordagem sustentável. **Mix sustentável**, v.5 n.1 2017

ATIVIDADES LABORATIVAS SUSTENTÁVEIS NA COLÔNIA PENAL AGRÍCOLA DO SERTÃO: UMA ANÁLISE DE SUA EFICÁCIA NA EXECUÇÃO PENAL

Data de aceite: 04/07/2022

Iranilton Trajano da Silva

Trabalho apresentado no Eixo [Gestão para o Desenvolvimento e Regionalidade] do ENGEC, realizado de 25 a 27 de outubro de 2021.

RESUMO: Viver um meio ambiente carcerário saudável, não se restringe somente ao ambiente natural, assim, o presente trabalho faz uma análise das atividades laborativas desenvolvidas na Colônia Penal Agrícola do Sertão (CPAS), tanto as vinculadas ao cultivo orgânico de produtos agrícolas como outras voltadas à fabricação de peças artesanais rústicas oriundas de matéria reciclável, utilizando mão de obra mais requintada, visando o respeito às normas de direitos humanos, à valorização do recluso, bem como, tornar o ambiente carcerário mais equilibrado de maneira natural, humana e social, cujo padrão sustentável baseado numa gestão atuante que resguarde o trabalho e os direitos no cárcere, será alternativa que permitirá melhor reinserção do apenado ao mundo extra grade.

PALAVRAS-CHAVE: Ambiente carcerário. Direitos humanos. Gestão. Trabalho.

1 | INTRODUÇÃO

A privação de liberdade de pessoas errantes nas condutas sociais e legais é destinada às unidades prisionais, cujo grau

de segurança, poderá recair à Colônia penal agrícola, industrial ou similar, nos termos do artigo 91 da Lei nº 7.210/84 – Lei de Execução Penal (LEP).

Roig (2021, p. 314), escreve que a forma de acomodação do apenado na colônia penal, demonstra a ligação do ambiente carcerário com o ambiente natural:

Na Colônia Agrícola, Industrial ou Similar, o condenado poderá ser alojado em compartimento coletivo, cujos requisitos são: a) salubridade (concorrência dos fatores de aeração, insolação e condicionamento térmico adequado à existência humana); b) alocação de presos adequadamente selecionados; c) limite de capacidade máxima que atenda aos objetivos de individualização da pena.

Neste sentido, a Colônia Penal Agrícola do Sertão, situada na Cidade de Sousa – PB, única nesta categoria no Estado da Paraíba, apesar de sua destinação para abrigar condenados a cumprir pena no regime semiaberto, foge a essa essência, tendo em vista, ser ocupada por presos provisórios e principalmente por reclusos do regime fechado, comprometendo o padrão de segurança em relação à massa carcerária e aos agentes do estado responsáveis pela ordem do local. Desde sua inauguração em 07 de dezembro de 2001 até 2013, a CPAS nunca

foi de fato destinada à sua finalidade originária, recebendo até o ano de 2013, presos que cumpriam pena nos diversos regimes.

1.1 Pergunta problema e objetivos

Nos termos ora apresentados, pode-se questionar: A implementação de atividades laborativas de cunho sustentável pela produção agrícola de determinadas culturas alimentícias dentre outras pode ser eficaz na execução da pena do recluso?

A alimentação do preso é dever da administração e assegurada pelas normas de direitos humanos da Organização das Nações Unidas (ONU). Neste sentido, Mirabete e Fabbrine (2012, p. 54), expressam que: “Uma boa alimentação não vai fazer feliz um homem que está na prisão, mas evita os motins e, por isso, a alimentação não deve ser descuidada, mas, pelo contrário, escrupulosamente atendida”. A alimentação nas unidades prisionais deve estar consorciada a outros padrões de bem estar que torne a vida privada mais humana ou menos degradante.

1.1.1 *Objetivos*

A pesquisa tem como objetivo geral, trazer e fomentar a discussão sobre a implementação e desenvolvimento de atividades de cunho agrícola e artesanal com utilização de recursos naturais com manejo sustentável em unidades carcerárias. É de forma específica, buscar aperfeiçoar as atividades de cunho agrícola desenvolvidas na CPAS, bem como, outras que habilite a mão de obra carcerária.

1.2 Justificativa

A colônia penal em estudo mesmo não dispondo de incentivos e recursos suficientes para o exercício de sua função como unidade agrícola dispõe de espaço disponível que pode ser explorado para produção de alimentos, além de dispor de mão de obra suficiente para determinados serviços, inclusive, com habilidades voltadas a produção de móveis artesanais e rústicos, o que justifica aprofundar na pesquisa de modo a reforçar, ampliar, motivar e incentivar a gestão pública no interesse pela exploração das atividades desenvolvidas no local, promovendo política pública de bem estar carcerário, econômico e acima de tudo, humanitário. Nas palavras de Marcão (2011, p. 62), “O trabalho do sentenciado tem dupla finalidade: educativa e produtiva”.

Para Dallabrida e Pellin (2012, p. 521), “A busca por alternativas que possibilitem impulsionar o desenvolvimento local tem sido foco de discussão nos últimos tempos”. Assim, a procura por meios e formas de melhorias tanto do ambiente natural como humano, deve ser incessante e permanente, em especial, no meio ambiente carcerário.

2 | METODOLOGIA

Para execução do trabalho, utilizar-se-á o método de abordagem empírico indutivo, consolidado na pesquisa qualitativa de procedimento bibliográfico.

3 | RESULTADOS E DISCUSSÃO

As atividades de manejo do solo produzindo alimentos e a produção de bens que gera renda dá uma nova conotação de preparo para o mundo livre aos apenados da unidade prisional e faz ressurgir o sentimento de valor à vida, além de demonstrar eficácia num padrão de cumprimento de pena local passivo de implementação em outras unidades, seja de cunho agrícola ou não.

Na obra *Direito do Ambiente*, Milaré (2015, p. 68) escreve: “Podemos afirmar que uma cidade sustentável é aquela cuja coletividade busca ampliar, cada mais, sua capacidade de sustentação para suprir as necessidades de sua população e assegurar-lhe o bem estar”. Numa discussão mais ampla, os complexos penitenciários podem ser comparados a pequenas comunidades em número de habitantes e tudo é válido para ter um ambiente carcerário mais humano e sociável.

Nesses termos, o resultado da pesquisa se concretiza como resposta ao questionamento do problema, uma vez que, sendo implementadas as atividades laborativas de cunho sustentável e produtivo, sua eficácia será vista na execução da pena do recluso, proporcionando melhor condição de vida no cárcere e fora dele, além de tornar o meio ambiente carcerário mais saudável e sociável gerando renda e auxiliando a unidade na gestão de gastos com alimentos e outros produtos de consumo local, levando incentivo também a outras unidades do Estado que detenha espaço útil à produção sustentável.

4 | CONSIDERAÇÕES FINAIS

ACPAS conta atualmente com 162 reclusos: 105 em regime fechado e 57 provisórios. Do total, 57 trabalham na confecção de bola de futebol e 23 nos demais serviços: cozinha, ajudante de cozinha, limpeza em geral, marcenaria e trabalho agrícola. Com uma melhor gestão de política penitenciária voltada às atividades agrícolas sustentáveis, os benefícios da produção carcerária se volta em favor do recluso e do próprio Estado. O meio penitenciário reflete um mundo vazio e obscuro em perspectivas de liberdade e vida digna, para tanto, se faz necessário que o estado proporcione meios e assegure direitos ao exercício da vida em sociedade, pondo a disposição do detento alternativa para tal, e isso, pode-se dá pela pratica da sustentabilidade no exercício do trabalho agrícola e artesanal com melhoria em sua condição de vida, da unidade e dos agentes do estado envolvidos na segurança.

REFERÊNCIAS

BRASIL. **Lei nº 7.210/84**, de 11 de julho de 1984. Lei de execução penal – LEP. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L7210compilado.htm. Acesso em: 08 jul. 2021.

DALLABRIDA, Ivan Sidney; PELLin, Valdinho. Gestão consorciada intermunicipal para sustentabilidade. In: MAY, Peter H. (Org.). **Economia do meio ambiente**: teoria e prática. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010. p. 522 – 560.

MARCÃO, Renato. **Curso de execução penal**. 9. ed. São Paulo: Saraiva, 2011.

MILARÉ, Édís. **Direito do ambiente**. 10. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2015.

MIRABETE, Julio Fabbrine; FABBRINI, Renato N. **Execução penal**: comentários à Lei nº 7.210, de 11-7-1984. 12. ed. Revista e atualizada. São Paulo: Atlas, 2014.

ROIG, Rodrigo Duque Estrada. **Execução Penal** [livro eletrônico]: teoria e prática. 5. ed. São Paulo: Thomson Reuters, Brasil 2021.

O MODELO PERMA COMO DIAGNÓSTICO DO AMBIENTE ORGANIZACIONAL E BEM-ESTAR DOS COLABORADORES

Data de aceite: 04/07/2022

Antonio Aparecido de Carvalho

<http://lattes.cnpq.br/3790964579387924>

Marco Antonio Spada

<http://lattes.cnpq.br/4885920385492997>

Milton Carlos Farina

<http://lattes.cnpq.br/2500123162632663>

Leonardo Biche de Carvalho

<http://lattes.cnpq.br/1400674826888420>

RESUMO: O bem-estar no ambiente organizacional afeta a qualidade de vida dos colaboradores e tem relação direta com a produtividade e no alcance dos objetivos traçados pelas empresas. Desta forma o presente artigo emprega os preceitos do modelo PERMA utilizado na Psicologia Positiva para mensurar a percepção dos colaboradores em relação ao ambiente interno das organizações. O modelo busca mensurar as emoções positivas, o engajamento, os relacionamentos, o significado e as realizações. Trata-se de uma pesquisa quantitativa descritiva, com questionário com perguntas na escala Likert de cinco pontos, os sujeitos da pesquisa são colaboradores de todos os ramos de atividade. Foram recepcionados 155 questionários, sendo possível identificar que a amostra pesquisada afirma que dos cinco aspectos mensuráveis do modelo PERMA, o relacionamento entre os pares é o que apresenta condições de melhoria, para propiciar maior engajamento e sentimentos positivos no ambiente

interno e consequente melhor qualidade de vida dos colaboradores.

PALAVRAS-CHAVE: Emoção Positiva. Engajamento. Relacionamentos. Significado.

ABSTRACT: The well-being in the organizational environment affects the quality of life of employees and is directly related to productivity and the achievement of goals set by companies. Thus, this article uses the precepts of the PERMA model used in Positive Psychology to measure the perception of employees in relation to the internal environment of organizations. The model seeks to measure positive emotions, engagement, relationships, meaning and accomplishments. This is a descriptive quantitative research, with a questionnaire with questions on the five-point Likert scale, the research subjects are collaborators from all branches of activity. A total of 155 questionnaires were received, and it was possible to identify that the surveyed sample states that of the five measurable aspects of the PERMA model, the relationship between peers is the one that presents conditions for improvement, to provide greater engagement and positive feelings in the internal environment and consequent better quality of work. employees' lives.

KEYWORDS: Positive Emotion. engagement. relationships. Meaning.

1 | INTRODUÇÃO

O bem-estar, segundo Price e Hooijberg (1992) pode afetar potencialmente colaboradores e organizações de diferentes maneiras.

Colaboradores que não sentem bem-estar nas organizações podem gerar produtividade menor, qualidade inferior na tomada de decisões, maior propensão ao absenteísmo e baixa ou nenhuma contribuição positiva para as organizações. Neste sentido, os indivíduos que alcançam bons padrões de bem-estar no ambiente de trabalho tendem a ser mais criativos, mais leais, mais produtivos e proporcionam melhores resultados, em relação àqueles que apresentam padrões mais baixos de bem-estar.

As diferentes características da vida profissional têm vários graus de influência sobre diferentes aspectos do bem-estar: senso de propósito, emoções positivas, motivação, moral, satisfação no trabalho e satisfação com a vida.

Roffey (2017), afirma que é possível adotar medidas para melhorar as relações no ambiente de trabalho com foco nos bons relacionamentos entre colaboradores e gestores, encorajando sentimentos positivos.

Seligman (2011), criador do conceito da Psicologia Positiva criou um modelo para mensurar a qualidade no ambiente organizacional e o bem-estar dos colaboradores, o modelo é composto por cinco aspectos mensuráveis: *Positive Emotion* (Emoção positiva), *Engagement* (Engajamento), *Relationships* (Relacionamentos), *Meaning* (Significado) e *Achievement* (Realização). O modelo é denominado PERMA, que traz à luz da discussão a polemica entre os conceitos de trabalho, seu preço e uma vida com significado, sendo que o preço está geralmente associado ao valor financeiro, à maneira de se manter dignamente, enquanto o significado está relacionado aos fatores psicossociais.

Com um progressivo aumento da valorização do bem-estar e com um certo entendimento de uma vida feliz, entende-se que o bem-estar subjetivo, a satisfação com a vida, otimismo, felicidade e outros construtos positivos estão associados a inúmeros resultados positivos, tanto no âmbito pessoal, quanto no profissional.

A presente pesquisa busca analisar a aplicação do modelo PERMA em colaboradores de ramos de atividades distintos, com o intuito de avaliar a percepção dos colaboradores acerca do ambiente de trabalho e bem-estar.

1.1 Pergunta Problema e Objetivos

O problema de pesquisa é: Como os colaboradores se sentem em relação ao bem-estar e ao ambiente organizacional segundo o modelo PERMA? O objetivo geral é analisar como os colaboradores se sentem em relação ao bem-estar e ao ambiente organizacional segundo o modelo PERMA.

1.2 Justificativa

Usando a estrutura PERMA, pretende-se demonstrar que uma avaliação multidimensional de colaboradores de organizações poderá fornecer informações mais específicas para construir uma imagem dos aspectos essenciais do bem-estar no local de trabalho.

2 | METODOLOGIA

A pesquisa qualitativa exploratória consistiu no levantamento de embasamento teórico para a elaboração do instrumento de pesquisa que foi aplicado aos colaboradores. Já a pesquisa quantitativa descritiva, fez uso de uma amostra não probabilística, a coleta de dados fez uso de um questionário eletrônico dividido em duas partes, a primeira com 8 questões para identificar o perfil dos respondentes, a segunda parte foi composta por 15 questões adaptadas do modelo PERMA de Seligman relativas à satisfação no ambiente de trabalho e bem-estar, as opções de cada questão foram do tipo escala Likert de cinco pontos (nunca, raramente, ocasionalmente, frequentemente e muito frequentemente).

Embasamento teórico:

Os cinco aspectos mensuráveis são: *Positive Emotion* (Emoção positiva), *Engagement* (Engajamento), *Relationships* (Relacionamentos), *Meaning* (Significado), *Achievement* (Realização).

P- Positive Emotion (Emoção positiva), bons sentimentos motivam ações, emoções positivas aumentam o desempenho no trabalho, aumentam a saúde física, fortalecem os relacionamentos, e criam otimismo e esperança para o futuro (KUN; BALOGH; KRASZ, 2016).

E- Engagement (Engajamento) refere-se ao apego, envolvimento, concentração, e o nível de inclinação para atividades como recreação, *hobbies* ou trabalho. Um conceito-chave é o fluxo, quando o tempo parece parar e a pessoa perde o senso de identidade e concentra-se intensamente no presente. Quando nos concentramos em fazer as coisas que realmente gostamos e nos importamos, podemos começar a nos envolver completamente com o momento presente (SELIGMAN, 2011).

R- Relationships (Relacionamentos), o ser humano tem uma forte necessidade interna de estar conectado, de amar, de manter contato físico e emocional com os outros. Nós melhoramos nosso bem-estar, construindo fortes redes de relacionamentos ao nosso redor com outras pessoas. Relacionamentos positivos como laços fortes com a família e amigos ou laços fracos com colegas, modificam o sentimento de pertencimento (SELIGMAN, 2011).

M- Meaning (Significado) que envolve o uso de pontos fortes para cumprir metas que são percebidas como importantes. Estamos no nosso melhor momento quando dedicamos tempo a algo maior, podendo ser trabalho voluntário, pertencer a uma comunidade ou grupo cívico ou religioso, ou aprender com um objetivo específico. Essas atividades têm um propósito, uma razão convincente pela qual os indivíduos fazem o que fazem (SELIGMAN, 2011).

A- Achievement (Realização), significa liderar um processo produtivo e significativo na vida. Este caminho é seguido pelo indivíduo, mesmo quando não traz nenhuma emoção positiva, nenhum significado e nada na forma de relacionamentos positivos (SELIGMAN,

2011).

Pesquisa Quantitativa

As questões do instrumento de pesquisa foram inseridas na ferramenta Google Forms com divulgação nas redes sociais. As questões são apresentadas na Análise e Discussão dos Resultados. Após a coleta, os dados foram exportados para a ferramenta SPSS-23, para o cálculo das Estatísticas de Frequência.

3 | RESULTADOS E DISCUSSÃO

Foram recepcionados 155 questionários, a Tabela 1 apresenta os maiores percentuais do Perfil dos Respondentes. Destaca-se o gênero feminino com 86%; faixa etária entre 22 e 25 anos (19,4%); em relação ao grau de instrução o destaque está para os com pós-graduação completa (43,9%); o ramo de serviços está com 60%; 65,8% não ocupam cargos de liderança; o tempo de atuação no mercado varia entre 6 e 15 anos e em relação à média 31% estão na faixa de até R\$2.200,00.

Gênero	N	%
Feminino	86	55,5
Faixa Etária		
De 22 a 25 anos	30	19,4
Grau de Instrução		
Pós-graduação completo	68	43,9
Estado civil		
Casado	78	50,3
Ramo de atividade		
Serviços	93	60,0
Cargo de Liderança		
Não	102	65,8
Tempo de atuação no mercado de trabalho		
Entre 6 e 10 anos e entre 11 e 15 anos	58	37,4
Renda		
Até R\$2.200,00	48	31,0

Tabela 1 – Perfil do Respondente

Fonte: Pesquisa de Campo, 2021.

A Tabela 2 apresenta os dados relativos ao modelo PERMA, cada questão apresenta o maior percentual dentre as cinco opções.

	Perguntas	Frequência	N	%
P	<i>Positive Emotion</i> (Emoções positivas)	Frequentemente		
1	No trabalho, com que frequência você se sente feliz?	Frequentemente	77	49,7
2	No trabalho, com que frequência você se sente motivado?	Frequentemente	65	41,9
3	No trabalho, até que ponto você se sente satisfeito?	Frequentemente	62	40,0
E	<i>Engagement</i> (Engajamento)	Frequentemente		
4	No trabalho, com que frequência você fica absorvido no que está fazendo?	Frequentemente	79	51,0
5	Até que ponto você se sente animado e interessado em seu trabalho?	Frequentemente	85	54,8
6	No trabalho, com que frequência você perde a noção do tempo enquanto faz algo de que gosta?	Frequentemente	60	38,7
R	<i>Relationships</i> (Relacionamentos)	Ocasionalmente		
7	Até que ponto você recebe ajuda e apoio de colegas de trabalho quando precisa?	Ocasionalmente	55	35,5
8	Até que ponto você se sente valorizado por seus colegas de trabalho?	Ocasionalmente	53	34,2
9	Quão satisfeito (a) você está com seus relacionamentos profissionais?	Frequentemente	73	47,1
M	<i>Meaning</i> (Significado e propósito)	Frequentemente		
10	Até que ponto o seu trabalho tem um propósito e significativo?	Frequentemente	62	40,0
11	Em geral, até que ponto você acha que o que você faz no trabalho é valioso e compensador?	Frequentemente	66	42,6
12	Em que medida você geralmente sente que tem um senso de direção em seu trabalho?	Frequentemente	55	35,5
A	<i>Achievement</i> (Realização)	Frequentemente		
13	Frequência que você sente estar progredindo no cumprimento de metas relacionadas ao trabalho?	Frequentemente	72	46,5
14	Com que frequência você atinge as metas de trabalho importantes que estabeleceu para si mesmo?	Frequentemente	94	60,6
15	Com que frequência você consegue lidar com suas responsabilidades relacionadas ao trabalho?	Frequentemente	96	61,9

Tabela 2 – Resultados

Fonte: Pesquisa de Campo, 2021.

Os resultados demonstram que dos cinco aspectos mensuráveis do modelo PERMA, o relacionamento é o que apresenta a frequência “ocasionalmente”, em duas das três perguntas que fazem parte do construto, fato que demonstra que as relações entre os colaboradores, principalmente no que diz respeito a ajuda quando necessário e a valorização pelos pares precisa ser melhorada. Desta forma as organizações poderão promover melhorias para propiciar condições mais favoráveis de relacionamento, já os demais aspectos “Emoções Positivas, Engajamento, Significado/Propósito e Realização” apresentaram o resultado “frequentemente”, fato que demonstra que o ambiente de trabalho

e o bem-estar estão presentes, segundo a percepção da amostra pesquisada.

4 | CONSIDERAÇÕES FINAIS

As diferentes características da vida profissional têm vários graus de influência sobre diferentes aspectos do bem-estar: senso de propósito, emoções positivas, motivação, moral, satisfação no trabalho e satisfação com a vida. Percebe-se que é possível adotar medidas para melhorar as relações no ambiente de trabalho com foco nos bons relacionamentos fortalecendo sentimentos positivos. O modelo PERMAM aplicado aos colaboradores contribuiu para entender que o sentimento de bem-estar e qualidade do ambiente de trabalho estão presentes nas organizações, nas quais a amostra pesquisada exerce as atividades.

REFERÊNCIAS

KUN, A.; BALOGH, P.; KRASZ, K. G. Development of the Work-Related Well-Being Questionnaire Based on Seligman's PERMA Model. **Periodica Polytechnica Social and Management Sciences**, v. 25, n. 1, p. 45-63, 2016. Disponível em: <https://pp.bme.hu/so/article/view/9326/7217>. Acesso em 25 jul. 2021

PRICE, R. H.; HOOIJBERG, R. Organizational exit pressures and role stress: impact on mental health. **Journal of Organizational Behavior**, v. 13, n.7, p. 641-651, 1992. Disponível em: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/job.4030130702>. Acesso em 29 ago. 2021.

ROFFEY, S. **Learning healthy relationships**. In C. Proctor (Ed.), *Positive Psychology Interventions in Practice*, 2017, p. 163-181. Disponível em: https://doi.org/10.1007/978-3-319-51787-2_10. Acesso em 25 ago. 2021.

SELIGMAN, M. E. P. **Florescer**: uma nova compreensão da felicidade e do bem-estar. Rio de Janeiro. Objetiva. 2011.

VIVÊNCIAS DO SERINGUEIRO NA IMPRENSA AMAZONENSE: UM PANORAMA DAS REPRESENTAÇÕES (1890-1920)

Data de aceite: 04/07/2022

Data de submissão: 20/06/2022

Daniel Barros de Lima

Doutor em Teologia (PPG-EST) e Mestre em História Social (PPGH-UFAM). Especialista em Magistério do Ensino Superior. Teólogo e Historiador. Faculdade Boas Novas Manaus-AM
<http://lattes.cnpq.br/2143043644958496>

Larissa Benevides da Costa Barros

Mestra em Ciências e Meio Ambiente (UFPA/ITEGAM). Pedagoga e Especialista em Direito Educacional e Assessoria de Comunicação em Mídias Digitais. Faculdade Boas Novas Manaus-AM
<http://lattes.cnpq.br/4884162356940354>

RESUMO: Este estudo tem por objetivo analisar as múltiplas representações produzidas pela imprensa amazonense acerca do seringal e do seringueiro, flagrando uma pluralidade de dimensões dessa presença e vivência no contexto amazônico. Assim, a pesquisa acompanha tanto o debate em torno do processo migratório, buscando lançar um olhar perscrutador sobre suas dimensões e motivações, além de priorizar as imagens produzidas pela imprensa acerca dos dilemas derivados da adaptação do nordestino tanto diante de um meio ambiente hostil, quanto diante de um processo de trabalho escorchante e suas práticas de resistência.

PALAVRAS-CHAVE: Cotidiano; Seringueiro;

Imprensa; Representação.

EXPERIENCES OF THE SERINGUEIRO IN THE AMAZON PRESS: AN OVERVIEW OF REPRESENTATIONS (1890-1920)

ABSTRACT: This study aims has the objective to analyze the multiple representations produced by the Amazonian press about the rubber plantation and the rubber tapper, catching a plurality of dimensions of this presence and experience in the Amazonian context. So, the research follows both the debate around the migratory process, seeking to cast a scrutinizing look at its dimensions and motivations, in addition to prioritizing the images produced by the press about the dilemmas derived from the adaptation of the northeastern both in the face of a hostile environment, as well as in the face of a scorching work process and their practices of resistance.

KEYWORDS: Daily life; rubber tapper; Press; Representation.

1 | INTRODUÇÃO

A pesquisa histórica no interior da Amazônia tem possibilitado a construção de inúmeros trabalhos evidenciando o protagonismo de importantes sujeitos históricos, trazendo à tona novos olhares e debates sobre questões históricas decisivas para a compreensão daquilo que chamamos de a formação e o desenvolvimento da região amazônica. Essa análise pode recuperar, para além dos tradicionais discursos historiográficos,

a discussão sobre importantes assuntos daquilo que geralmente está pronto pra ser esquecido, ou que talvez já esteja esquecido.

Nesse artigo propomos analisar o processo de migração nordestina para a região amazônica durante o período onde a atividade gomífera dava o tom econômico à região amazônica. Neste recorte de tempo e espaço, figura o seringueiro¹ como principal sujeito social da região nesse momento, sobre o qual buscamos um olhar diferenciado, bem como sobre a categoria de trabalhadores que integra, estabelecendo uma análise de suas possíveis representações na imprensa amazonense, no fim do século XIX e início do século XX.

Em meados do século XIX a utilização da borracha foi aprimorada, isso possibilitou a ampliação de seu uso como matéria-prima na produção de correias, mangueiras, sapatos, pneus, entre outros. A produção gomífera desse período representou uma grande parte das exportações brasileiras,² além de representar um importante fator para o crescimento econômico e demográfico da região amazônica. Ainda que tenhamos clareza do fato da imensa propulsão demográfica trazida pela atividade ligada à borracha, não podemos incorrer no erro de pensar que a borracha atuava sozinha neste contexto econômico, pois é perceptível através da luz trazida pela nova historiografia local³ o alerta para a diversidade de formas de produção vivenciada na região amazônica nesse período, onde a borracha aparece como um fenômeno em determinada conjuntura, sendo difícil tomá-la como definidora da estrutura.

Dessa forma, buscamos apresentar uma nova abordagem, ou versão dos fatos, trazendo à tona uma história que não é contada, que segundo Edward P. Thompson,⁴ por muitas vezes “os becos sem saída, as causas perdidas e os próprios perdedores são esquecidos”.⁵ Na conceituação de Roger Chartier,⁶ as representações geram identidade para o indivíduo e para o grupo, e são portadoras do simbólico, que é construído social e historicamente,⁷ e que Sandra Pesavento chama de “a presentificação de um passado ausente”.⁸ Uma vez que a representação está relacionada à formulação de experiências do passado que sejam compreensíveis e plausíveis ao presente, é possível resgatar as representações daquilo que já fora representado no passado, a saber, as representações

1 Em seu artigo intitulado “Movimentos sociais dos seringueiros e a Resex Chico Mendes”, Gisele Souza define o seringueiro como o indivíduo que organiza e executa a atividade de extração de látex da árvore da seringueira (*hevea brasilienses*) e realiza sua transformação em borracha natural.

2 OLIVEIRA, José Aldemir de. *Manaus de 1920-1967: A cidade doce e dura em excesso*. Manaus: Valer, 2003. p.37.

3 SAMPAIO, Patrícia Maria Melo. *Os Fios de Ariadne: tipologia de fortunas e hierarquia sociais em Manaus: 1849-1880*. Niterói, 1993. Dissertação de Mestrado, 1994. UFF: Niterói, 1994. (Como exemplo dessa historiografia)

4 Edward P. Thompson foi um historiador marxista inglês, representante da nova esquerda que buscou em seus trabalhos historiográficos dar voz a homens e mulheres esquecidos nas análises de historiadores marxistas afinados com as teorias estruturalistas. Para tal, buscava perceber através da luta de classes, a formação de experiências históricas do operariado inglês do século XVIII.

5 THOMPSON, E. P. *A formação da Classe Operária Inglesa*. Vol.1 São Paulo: Paz e Terra, 6ª ed. 2011. p.14.

6 Roger Chartier é um historiador francês vinculado à atual historiografia da Escola dos Annales. Uma das contribuições decisivas de Roger Chartier para a História Cultural está relacionada à elaboração das noções complementares de “práticas” e “representações”.

7 CHARTIER, Roger. *O mundo como representação*. *Estudos avançados* 11(5), 1991. p.177.

8 PESAVENTO, Sandra Jatthy. *História e história cultural*. São Paulo: Autêntica, 2008. p.40.

do seringueiro.

2 | A IMPRENSA AMAZONENSE NA VIRADA DO SÉCULO XIX

Em sua tese de doutorado, Maria Luíza Pinheiro nos apresenta uma imprensa riquíssima na virada do século XIX para o século XX, com verdadeiros arquivos do cotidiano, que servem assim, para pôr fim ao que ela chama de “silêncio documental” sobre os segmentos populares, principalmente sobre os trabalhadores urbanos e menos favorecidos da cidade e do campo. Essas fontes jornalísticas podem se tornar contrapontos importantes ao discurso oficial dos fatos que é pautado sobre os mecanismos vigentes de controle e dominação, pois podemos visualizar uma sociedade bem mais complexa e problemática que aquela projetada pela crônica memorialista ou por uma historiografia conivente com os processos e interesses dos grupos dominantes.⁹

Podemos enfrentar as fontes atentos ao poder do discurso nelas imbuídas e carregadas de interesses por parte de quem as escreve, por isso Maria Luíza Pinheiro também afirma que “o discurso jornalístico possibilita a percepção das tensões e conflitos que permeiam a própria sociedade”,¹⁰ é por onde era possível perceber as múltiplas dimensões do viver social. Assim, a imprensa diária representava um contraponto de pluralidade de discursos, que quebra essa chamada visão monolítica de imprensa.

É nessa imprensa cotidiana na virada do século XIX para o XX, que Maria Luíza Pinheiro em sua obra “A cidade sobre os ombros” nos informa da presença de trabalhadores (cocheiros, catraieiros, estivadores, carroceiros, peixeiros, condutores, etc) que eram citados na imprensa amazonense, e que traziam consigo a exploração das contradições do universo do trabalho.¹¹ Dentre esses trabalhadores, inferimos também a presença do seringueiro, uma vez que o mesmo representou a principal mão de obra trabalhadora na extração do látex da borracha dos seringais da Amazônia.

Tanto a menção dos trabalhadores quanto as variadas perspectivas das notícias nos jornais da cidade nos permitem o vislumbre das suas vivências sob essas perspectivas. A partir das informações encontradas na imprensa, nas notícias do cotidiano amazonense, podemos perceber muitas representações do seringueiro, como matrizes que geram as práticas sociais e os comportamentos, e que dão coesão e explicação para a realidade.

Nesse universo de perspectivas dos discursos da imprensa, encontramos diários predominantes que parecem ter sido porta-vozes de uma elite local que buscava apresentar uma Manaus cosmopolita, bela e rica.¹² E também identificamos uma imprensa, chamada

9 PINHEIRO, Maria Luíza Ugarte. *Folhas do Norte: letramento e periodismo no Amazonas, 1880-1920*. São Paulo, 2001. Doutorado em História, 2001. PUC-SP, 2001. p. 7.

10 PINHEIRO, 2001, p. 7.

11 PINHEIRO, Maria Luíza Ugarte. *A Cidade sobre os ombros: trabalho e conflito no porto de Manaus (1889-1925)*. Manaus: EDUA, 1999. p. 4.

12 Como exemplo, podemos citar: “O Mariauaense” de José Antonio Nogueira Campos; “Cidade Cabocla” de Genesino Braga; “Porta do El Dorado” de Clovis Barbosa; “Cidade Risonha” de Raul de Azevedo. *Jornal do Commercio de Vicente Reis* (fundado por J. Rocha dos Santos).

muitas vezes de imprensa operária, que em seus periódicos podiam oferecer a visão contrária de um cenário marcado por tensões, manifestações e reivindicações.¹³

A imprensa amazonense de fins do século XIX e início do século XX, como já dissemos, constitui um universo denso e rico de fontes, que se transformam em representações próprias do cotidiano da cidade, do interior, do trabalho, e do seringueiro como um sujeito social ativo desse período. Podem ser destacados aqui o acervo do “Jornal do Commercio” tradicionalmente ligado a grupos dominantes, mas que encontramos fragmentos de interesse popular como as sessões *Coisas Policiais* e *Queixas do Povo*, e que se torna o principal diário do período, cobrindo ininterruptamente os períodos, por assim dizer, de expansão e crise da economia da borracha. O Jornal “O Mariauense” do coronel José Antonio Nogueira Campos, dono de seringais em Barcelos/Am; O “Diário Oficial” que era jornal pertencente ao estado federado do Amazonas, onde infere-se a presença do seringueiro sempre na coluna de *segurança pública*; O Jornal “Quo Vadis”? representa um periódico que buscava dar voz a pessoas comuns, se apresentava como órgão de interesses populares. O Correio do Purus que era órgão pertencente a M. Freire & Ca. uma associação que acompanhava mais de perto as movimentações do trabalho e dos seringais do interior do Amazonas. E o jornal “A Capital” do Dr. Epaminondas de Albuquerque, intelectual de Manaus, que em seu interior trazia notícias associadas a tragédias envolvendo o seringueiro em sua relação com outros seringueiros e outros agentes.

Todos esses diários são fontes riquíssimas onde estamos encontrando diversas representações do seringueiro e constituem um arcabouço valioso para o desenvolvimento de nossa pesquisa no mestrado.

3 | VIVÊNCIAS E PANORAMA DAS REPRESENTAÇÕES DO SERINGUEIRO NA IMPRENSA

Como sujeito social, o seringueiro pode ser interpretado sob o conceito de “experiência” de Edward Thompson, no qual busca recuperar o papel ativo do sujeito social estabelecendo sua própria história, que não deixará de ser responsável por sua condição a partir de suas próprias ações, o que também pode ser inserido na chamada recuperação das dimensões do “fazer-se”.¹⁴

Alguns autores que estudaram a região amazônica trazem uma reflexão sobre as tensões e movimentações do seringueiro. Em sua obra “A Cidade, o Teatro, e o Paiz das seringueiras”, Ana Maria Daou destaca as muitas trajetórias de vidas desses indivíduos que migravam para a Amazônia. Elas foram incorporadas a um novo estilo de vida e de novas atividades de inserção social. De modo geral eram profissionais liberais, estudantes, comerciantes envolvidos com negócios ao longo dos rios e nas cidades do interior, e especialmente homens relacionados ao recrutamento de trabalhadores para os seringais,

¹³ Como exemplo pode-se citar: Quo Vadis?; Commercio do Amazonas; Correio do Norte; Lucta Social, entre outros.

¹⁴ THOMPSON, 2011. p.9.

assim, como também, um fluxo de nordestinos em menor grau incorporado à elite de Manaus. A escolha de Manaus foi valorizada por seu valor “simbólico”.¹⁵

Em sua obra “História Econômica da Amazônia”, Roberto Santos fala da falta de escassez de mão-de-obra na região, de soluções postas em ação para resolver o problema, e afirma que “o braço externo de sustentação da atividade extrativista e agrícola, foi por excelência o nordestino”.¹⁶ A forma como se orientou essa corrente migratória deve ser estudada e analisada com cautela e ponderação. Mas, é desse universo de populações advindas para o Amazonas que se encontram os homens que posteriormente se tornarão os trabalhadores da borracha, que Arthur Reis os classifica como o “brabo e o seringueiro”.¹⁷

A partir daqui queremos visualizar na imprensa, um todo, em nuances de notícias, onde podemos encontrar imagens e representações do seringueiro ou daquilo que se refere a ele em diversos aspectos de sua vivência quer seja no seringal ou na ambiência da cidade. O Jornal “A Constituição”, órgão do partido conservador, traz a notícia estampada na seção “Diário do Gram-Pará” informando tanto a situação que se encontrava o Ceará na grande seca de 1877, quanto a atitude que tomavam essas populações:

São do dia para dia mais desoladoras as noticias que nos chegam [...] a secca estende os seus desastrosos efeitos por todo interior da bella provincia do Ceará, um vasto deserto árido sem uma gota d’agua para refrescar o sol gretado pela violencia do calor, sem um ramo verde para abrigar as populações abrasadas nos delirios febris da miseria, a atonia morbida e desesperada da fome [...] sem esperanças [...] abandonam o lar e emigram allucinadas [...] essa migração falla-nos com a eloquencia da dor do sofrimento que a desenraizou da terra do berço.¹⁸

O trabalho do seringueiro dentro dos seringais amazônicos está diretamente relacionado com o clima da região. Percebemos notícias diferenciadas sobre a vivência do seringueiro, a partir do período de cheia dos rios onde acontece a comercialização do produto da borracha, e no período de vazante dos rios na extração do látex.

O Jornal “O Correio do Purus”, traz uma notícia sobre o inverno amazônico no ano de 1905, em que as fortes chuvas daquele ano acabaram por influenciar mais que o devido, a produção da borracha, que invariavelmente, será o seringueiro que sentirá o primeiro impacto:

É muito possível que repetidas chuvas cahidas de outubro pra cá influam muito na produção da borracha, no Rio Purus e afluentes, e, se elas cahirem com igual violencia em outros rios sentir-se-á sensivelmente o decrescimento d’esse genero de exportação. No Rio Purus houve dias, nas ultimas semanas,

15 DAOU, Ana Maria Lima. *A Cidade, o Teatro e o Paiz das Seringueiras: práticas e representações da sociedade amazense na virada do século XIX*. Tese de Doutorado, 1998. UFRJ: Rio de Janeiro, 1998. p.109-111.

16 SANTOS, Roberto. *História Econômica da Amazônia (1800-1920)*. São Paulo: Quierós, 1980. p.97.

17 O brabo é o nordestino novato nas operações de extração do látex. Recém-chegado ao seringal, desconhece as técnicas de trabalho bem como os segredos da mata. Vencida essa fase, atinge a condição ambicionada de seringueiro, assim assimila, incorpora e dá cor definitiva à paisagem humana do seringal (REIS, Arthur Cezar Ferreira. *O Seringueiro e o Seringal*. 2ª ed. Manaus: Edua, 1997. p.226-227).

18 *A Constituição*. Belém do Pará, 01 de Junho de 1877.

em que o seringueiro viu-se obrigado a suspender, totalmente, o seu trabalho.¹⁹

Em seu artigo, “O Trabalhador Amazonense no Discurso Patronal”, Alexandre Avelino, nos apresenta pela fonte de um diário da imprensa de Manaus, a tensão entre patrões e seringueiros na ambiência dos seringais. No Jornal “O Mariauense”, do proprietário Coronel Antonio Nogueira de Campos, um abastado dono de seringais em Barcelos/Am, o seringueiro é representado no discurso patronal:

Se os seringueiros se empregassem no plantio de cereaes, durante os sete mezes que não são destinados ao trabalho da borracha, teriam a paz e a fortuna. Fazem o contrario, desperdiçam o tempo, gastão-no em diversões condenadas e quando chega o fabrico da borracha elles, por mais que trabalhem, não podem pagar pello que gastaram no longo e pesados mezes que não foram illuminados pello trabalho... queixam-se do patrão, affirmando que elle vende tudo pelo mais alto preço e por isso estão em atrazo, quando o atrazo vem de llonga vadiagem e da sociedade que é promotora de todas as podridões.²⁰

Percebemos por esse discurso, que de maneira geral, os seringueiros eram sempre vistos pelo patrão como indivíduos vagabundos e promíscuos sempre inclinados aos vícios da vida, e assim eram perigosos para a sociedade, ela a detentora dos valores morais, além disso, podemos observar, o que o patronato afirma, ao dizer que se o seringueiros fossem ordeiros e comprometidos com o trabalho nos meses do inverno, das chuvas, “teriam paz e fortuna”, mas sabemos que mesmo que isso acontecesse não era uma regra geral, mas sim exceção, apenas uma minoria distinta alcançou riqueza e prosperidade, e não foi necessariamente por ter “plantado cereaes” na época das chuvas, mas por fatores diversos. A grande maioria dos seringueiros nunca enriqueceu.

É interessante destacar aqui um fragmento, do que podemos chamar de uma poesia utópica, encontrada numa extensa crônica no jornal “O Correio do Purus” a respeito da opressão dos seringalistas sobre os seringueiros nos seringais da região, já no grande auge da borracha:

Doutrinando-se, poder-se-ia dizer ao proprietario de seringaes: a natureza do solo amazonense, a sua cultura marginal dos rios, destacando-se para longe dos centros de civilisação, deram-te um poder, copia fiel desse outro medieval em que o nobre tinha, á discripção, a vida bens e hora dos servos: – tu tens melhor preparo para a existencia, com a facilidade com que te deslocas cada dia vaes aprendendo o que seja a sociedade, a humanidade em summa, porque motivo não levantas de sua degradação physica e moral o teu operário – o seringueiro – que é a pedra angular desse edificio de tua fortuna? Porque motivo o explora, tu, com a inclemencia do agiota, illudidor da fé e defraudador da lei?²¹

Na mesma crônica temos outro fragmento, no qual percebemos que o diário, ou

19 *O Correio do Purus*. Labrea, 08 de Dezembro de 1905.

20 *O Mariauense*. Manaus, 29 de Abril de 1897. Apud AVELINO, Alexandre Nogueira. *O Trabalhador Amazonense no Discurso Patronal*. In: *Fronteiras do Tempo: Revista de Estudos Amazônicos*, nº3, jan–dez 2012. p.31.

21 *O Correio do Purus*. Labrea, 16 de Junho de 1907.

quem o escreve, também responsabiliza o seringueiro em sua inércia, por aceitar com resignação o estado no qual se encontra, sem atitude e mobilização de luta, que poderiam lhes trazer maior respeito, embora imaginar isso de forma geral também possa parecer utópico, e muito mais complexo:

Ao operário, dir-se-ia, também: Erque-te pela economia, ennobrece-te pelo trabalho e torna-te forte pela instrução; as horas que perdes, inutilmente, nas longas tardes estívais, quer na inercia que depaupera, quer nos divertimentos onde te nasce o vício do alcool, debes applicar ao estudo de tua língua pátria, à comprehensão dos deveres cívicos afim de que, melhorando, possas senão nivelar-se ao teu patrão, ao menos adquirir o seu respeito e estima.²²

Quando lemos na fonte “ergue-te pela economia”, é impossível não lembrar dos motins e levantes que Edward Thompson descreve em “A economia moral da multidão inglesa no século XVIII”,²³ pois vemos claramente o quanto é significativo e transformador quando uma classe de trabalhadores alcança a consciência de classe, não apenas vivida, mas percebida, ao ponto de mudarem juntos a situação em que se encontram.

No “Diario Oficial”, é noticiado o que o por muitas vezes os agentes dos seringais ainda tinham que enfrentar, o contato com índios cruéis e assassinos. Na notícia há um abaixo assinado feito por donos de seringais no Rio Madeira, solicitando “garantia de vida e propriedade” ao Dr. Fileto Pires Ferreira,²⁴ Governador do Estado do Amazonas, visto que os habitantes desses seringais lutavam há mais de trinta anos contra uma tribo de Parintintins:

[...] estes indios teem levado o atrevimento ao ponto de atacarem os barracões da margem do Madeira [...] considerando que ainda no anno passado succumbiram fechados nas margens do Madeira, cinco infelizes deste seringal [...] considerando que os moradores da dita zona estão abandonando os seus seringaes, devido as periodicas aggressões dos terriveis indios, que este anno já mataram uma infeliz mulher nas “Tres Casas”, e um seringueiro no lugar São Pedro. Considerando que não é só a fortuna particular que sofre com este abandono de seringaes e sim o Estado que tão dignamente v. exc^a administra [...] considerando que os Parintintins temem sobre modo a tribo dos Mundurucús, que só com sua presença os afungentará [...] veem cheios de esperanza e justa razão pedir a v. exc^a que estabeleça uma colonia de indios Munducurus [...] somente nos seis primeiros meses [...] um anno depois de estabelecida a colonia o aumento da safra da borracha será tal que o Estado será embolsado do capital [...] Rio Madeira, 19 de Novembro de 1896.²⁵

Essa extensa notícia que aqui fragmentamos alguns trechos, nos mostram com clareza o que a população dos seringais amazônicos enfrentava com as populações indígenas. Embora o abaixo assinado trace claramente os interesses dos donos dos seringais, é possível perceber nas entrelinhas, por assim dizer, que possivelmente

²² Ibidem.

²³ THOMPSON, E. P. *Costumes em Comum*. São Paulo: Companhia da Letras, 1998. p.152.

²⁴ Fileto Pires Ferreira foi governador do Amazonas, de 23 de julho de 1896 a 4 de abril de 1898. O Teatro Amazonas foi inaugurado durante sua administração, em 31 de dezembro de 1896.

²⁵ *Diário Oficial*. Manaus, 24 de Junho de 1897.

os seringueiros enfrentavam o conflito com os índios ao ponto de serem mortos, ou de abandonarem os seringais. Ao final do abaixo assinado encontramos a resposta do Governador Fileto Pires Ferreira, que parece ignorar, embora não explicitamente, a sugestão feita de remanejamento dos índios Mundurucus (os Parintintins temiam os Mundurucus, pois já eram civilizados) para uma espécie de colônia no período de extração e trabalho da borracha, garantindo assim a “fortuna” dos seringais e do Estado na compensação do capital investido na resolução do problema. Vejamos o que responde o governador após mais de seis meses do abaixo assinado:

O governo não recusa seu apoio a idéa dos signatarios e promptifica-se a patrocinar todo e qualquer tentamen que tenha por fim salvaguardar os interesses dos habitantes do alto Madeira. Assim, os signatarios que se congreguem para a realização do que propõe e o governo os coaljuvará como for de justiça. Apresentem um plano exequível e bem delineado e o governo depois de estudal-o convenientemente dirá ao certo quaes os favores que pode dispensar aos peticionarios. Palacio do Governo, 21 de Junho de 1897 – Fileto Pires Ferreira.²⁶

Encontramos relatos diversos sobre a vivência do seringueiro, sempre marcado por experiências profundas em um contexto carregado de contradições sociais as quais são ignoradas e desconsideradas por alguns historiadores da chamada “cultura historiográfica” amazonense.²⁷ Mas são objetos de estudo e análise, pois chegam até nós como histórias carregadas de representações as quais revelam o processo de formação da identidade de pessoas comuns, aqui em destaque o seringueiro, tal como na conceituação de Marc Bloch, de que toda vivencia humana é portadora de uma história.²⁸

O Jornal do Commercio reúne muitas dessas histórias, dentre elas destacamos aqui uma história intitulada “Vingança Trágica”, nos apresentando com certos detalhes as intrigas e desavenças entre dois seringueiros, companheiros de ofício, mas não de amizade:

Outra scena de sangue temos a registrar, hoje, desenrolada num dos antros do seringal *Retiro*, que fica á margem do Rio Acre. Alli viviam os seringueiros José da Silva Ramos e Anísio Gomes Brandão, ambos empenhados no serviço de extracção de gomma elastica, porem separados pelo ódio incontinido de velhas rixas pessoaes, à semelhança das que sempre surgem entre os homens educados na escola da ignorancia. Ramos, que sempre se revelara um individuo de mau character, architectara um plano com o fim de prejudicar seu companheiro de trabalho. Penetrara no terreno safaro da mentira ignominiosa e, sem o mínimo decoro, dissera ao seu patrão que Anísio estava falsificando a borracha, com o fim de deslindar o credito do seringal. O patrão, como é natural, ficou prevenido com Anísio, mas, dias depois, examinando

26 Ibidem

27 PINHEIRO, Luís Balkar Sá Peixoto. *Na contramão da história: mundos do trabalho na cidade da borracha (Manaus, 1920-1945)*. In: Revista Canoa do Tempo, v.1, n.1, Jan/dez.2007. p.15. Nesse artigo o historiador Luís Balkar elenca entre alguns historiadores, Mário Ypiranga e Arthur Reis, que narram uma história regional positivista, conservadora e elitista, efetiva e sem contestação, mesmo sem o aval das novas interpretações acadêmicas da História. Com um discurso de ordem, essa cultura historiográfica amazonense ignora as demandas e vivências populares, quando não, as despreza e rejeita como irascíveis, impertinentes e equivocadas.

28 VAINFAS, Ronaldo. *História das mentalidades e história cultural*. In: VAINFAS, Ronaldo & CARDOSO, Ciro Flamarion (org). *Domínios da história*. SP: Campús, 2011, p.143-195.

escrupulosamente a sua borracha, verificou que não tinha fundamento a queixa de José Ramos. Sciente do embuste e ainda mais revoltado com um acto infame com que seu inimigo procurara profanar a honra de seu lar e o brio de sua família, Anísio resolveu, servindo-se para isso de um unico alvitre: a eliminação da vida de José Ramos, antes que elle incidisse em outros processos de mais grave afronta á sua familia. E, assim, pela manhã de vinte e outo de setembro ultimo, quando Ramos demandava uma estrada, rumo do trabalho, Anísio, que se achava occulto numa arvore, desfechou-lhe um tiro de rifle no craneo, que o matou instantaneamente. Após o facto, o criminoso evadiu-se deixando a família no seringal, na ignorancia do seu paradeiro. A vitima era natural de Pernambuco e contava trinta e nove annos de idade.²⁹

Nesse mesmo dia o jornal “A capital”, também relatou o mesmo episódio, mas com um ou outro detalhe a mais, como por exemplo, o fato de que Ramos ainda procurou Anísio para se desculpar dizendo que “havia dado ao patrão todas as explicações que lhe tinham sido exigidas”.³⁰ Ao que parece, na descrição acima, no termo “ato infame”, Anísio ainda tenha dissimuladamente, a partir do pedido de desculpas tentado se aproximar da família, ou da própria mulher de Ramos, com o desejo ainda impertinente, libidinoso e lascivo de “profanar a honra de seu lar e o brio de sua família. A solução encontrada por Ramos, era “a de um único alvitre” matar Anísio, isso era por assim dizer natural, considerando o contexto no qual viviam. A história de Ramos e Anísio é simbólica nesse sentido, pois ocorreram inumeráveis crimes dessa natureza dentro dos seringais amazônicos. Mesmo assim tal episódio ainda nos intriga, a saber, que Ramos tenha evadido-se do seringal abandonando sua família, como se ela já não fosse digna de tanta honra assim.

O Jornal “Capital” traz em seu interior muitas notícias associadas a tragédias envolvendo o seringueiro em sua relação com outros seringueiros e outros agentes na ambiência do seringal. Aqui vamos destacar duas fontes que dão cor à relação que o seringueiro tem com a mulher, esta considerada como riqueza escassa na ambiência do seringal e por isso, pivô de muitas disputas sentimentais entre os próprios seringueiros.

Ainda veremos noticiada na imprensa uma última história da vivência dos seringais no que se refere à relação do homem com a natureza, pois o seringueiro nordestino que vai se adaptando e assimilando este novo ambiente geográfico, acaba tendo que lidar com situações no mínimo inusitadas e hilárias, embora também possam ser trágicas, tal como disse o poeta: “Seria cômico se não fosse trágico”.³¹ O Jornal “A Capital” nos informa sobre uma forte ventania passada no seringal, que acabou por colocar uma anta como protagonista principal de uma história, que tem por título “No Rio Machado – Incendio de uma barraca e morte de um homem”:

O seringueiro Luiz Moreira da Silva, residente na secção “Tabajara” no rio Machado, de propriedade da firma Asensi & C^a, fez, no dia 15 de Agosto findo, um roçado perto à sua barraca. Aproveitando o dia 16, que era de sol

29 *Jornal do Commercio*. Manáos, 13 de Outubro de 1917.

30 *A Capital*. Manáos, 13 de Outubro de 1917.

31 A frase é atribuída a Carlos Drummond de Andrade como um aforismo, significando uma sentença concisa, que geralmente encerra um preceito moral.

ardente e bom para a queima da roça, Moreira tocou fogo ao matto e esperou o resultado. A princípio, o fogo foi sempre queimando, até o dia 19; no dia seguinte, cahia sobre o logar um temporal medonho; vento rugia com fúria, açoutando as arvores e dando mais impulso ao fogo. Por volta das 24 horas, estando Moreira, deitado na barraca, em companhia de sua mulher e 4 filhos menores, viu irromper, através das palhas, uma língua de fogo, e, em breve era a barraca invadida pela chammas. Moreira apenas teve tempo de retirar a família, deixando entregue á furia destruidora das labaredas, a barraca e tudo quanto nella existia. Gritando por socorro, acudirram ao chamado varias pessoas, entre elas o seringueiro de nome Miguel de tal. Moreira possuía e estimava uma pequena anta. Na hora do incendio o pobre animal tratou de fugir; já ia logrando este intento, quando Miguel, vendo a, tratou de perseguil-a. O animal embrenhou-se pela matta e Miguel sempre atraz não mais voltando. No dia seguinte, grande foi a surpresa dos visinhos, ao encontrar, dentro de um buraco, no meio do roçado, o inditoso Miguel, tendo debaixo de seu corpo a pequena anta, ambos mortos.³²

Essa tragédia possui subsídios e fragmentos que chamam a nossa atenção. No rio Machado, a queima de uma roça em dia bom para esse fim, dá inicio a um incêndio generalizado, graças a uma ventania de temporal, que pelo que percebemos entra pelas horas da noite, afugentando com chamas, em sua própria casa, o seringueiro Moreira, responsável pela queimada e dono de uma anta. Ao que parece ser, esse animal, como representação valorosa, deveria ter um significado especial para um seringueiro, que no caso, Moreira ainda a “estimava”. Não bastasse a família do Moreira ter sido salva do incêndio, embora que tenha perdido “a barraca e tudo que nela existia”, e talvez por isso, seu vizinho e provavelmente amigo Miguel de tal, tenha considerado que salvar aquela anta traria menos desgosto e sofrimento ao Moreira, a tragédia se torna maior ainda, como vimos, no que parece ter sido um ato heroico de Miguel, morrem amigo e anta dentro de um buraco, possivelmente um precipício não visto na escuridão da noite, nem por Miguel e nem pela estimada anta.

4 | CONCLUSÃO

O seringueiro bem como tudo que o envolve, pode ser pesquisado em um campo com vastas fontes e documentos que se tornam representações com muitos aspectos simbólicos e distintos a serem analisados. Dessa forma podemos demonstrar, por assim dizer, a legitimidade da pesquisa em torno desse sujeito social, e que longe de se esgotarem os estudos sobre ele, ainda há um vasto campo e muitos possíveis temas de estudos a serem desenvolvidos acerca do seringueiro na História.

Euclides da Cunha afirma em seu texto “Entre os Seringais” que ali “o homem é um solitário”.³³ Embora possamos buscar entender o quanto isso era legítimo e verdadeiro sob o olhar de Euclides, bem como daqueles que assim testemunham, jamais perderemos

³² *A Capital*. Manãos, 27 de Setembro de 1917.

³³ CUNHA, Euclides. *Amazônia – Um paraíso perdido*. Manaus: Valer, 2ª Ed. 2011. p.221.

a oportunidade de ouvir as vozes e as experiências do seringueiro, pois, é certo que ele falava, mesmo que estivesse só. Ao ouvi-lo podemos nos tornar seu companheiro, tentando, mesmo que tateando as folhas antigas dos jornais, conhecer e compreender suas representações do passado.

A partir das pequenas letras dos jornais de uma distante época, de vidas passadas, de mentalidades de outro tempo, esse estudo traz a compreensão da frase de A. Warburg: “Deus está no particular”,³⁴ que encerra a compreensão do paradigma indiciário de Carlo Ginzburg, que significa a ampliação do campo de observação, com atenção nos detalhes, que se tornam elementos ricos e reveladores dentro dos caminhos e descaminhos da história.

Como dissemos no início sob inspiração thompsoniana, podemos encontrar na classe trabalhadora, aqui em especial, na representação do seringueiro a possibilidade de contar uma história vista de baixo,³⁵ aquilo que geralmente estava pronto para ser esquecido, histórias de gente comum, experiências de homens e mulheres na construção de sua própria história. Isso engrandece nosso papel como historiador, bem como disse Eric Hobsbawm, “o ofício do historiador é lembrar o que os outros esquecem”.³⁶ Aqui, talvez possamos até ampliar essa máxima, afirmando que o ofício do historiador é lembrar o que muitos “desejam” esquecer. Repensar a História, neste sentido, é incorporar a ideia de que o papel social dos historiadores da história do trabalho é contribuir para o resgate das práticas adotadas pela classe trabalhadora em seu interminável processo de construção de identidade.

REFERÊNCIAS

CHARTIER, Roger. O mundo como representação. **Estudos avançados** 11(5), 1991.

CUNHA, Euclides da. **Amazônia: Um paraíso perdido**. Manaus: Valer, 2ª Ed. 2011.

DAOU, Ana Maria Lima. **A Cidade, o Teatro e o Paiz das Seringueiras**: práticas e representações da sociedade amazonense na virada do século XIX. Tese de Doutorado, 1998. UFRJ: Rio de Janeiro, 1998.

GINZBURG, Carlo. **Mitos, emblemas, sinais**: morfologia e história. São Paulo: Companhia das Letras, 2ª Ed. 2002.

HOBSBAWM, Eric. **Era dos extremos**: o breve século XX (1914-1991). São Paulo: Companhia das Letras, 2ª Ed. 1995.

34 GINZBURG, Carlo. *Mitos, emblemas, sinais: morfologia e história*. São Paulo: Companhia das Letras, 2ª Ed. 2002. p.143.

35 THOMPSON, E. P. *As peculiaridades dos ingleses e outros artigos*. Campinas: Ed. da Unicamp, 2001. p.185.

36 HOBSBAWM, Eric. *Era dos extremos: o breve século XX (1914-1991)*. São Paulo: Companhia das Letras, 2ª Ed. 1995. p.12.

AVELINO, Alexandre Nogueira. O Trabalhador Amazonense no Discurso Patronal. In: **Fronteiras do Tempo**: Revista de Estudos Amazônicos, nº3, jan–dez 2012.

OLIVEIRA, José Aldemir de. **Manaus de 1920-1967**: A cidade doce e dura em excesso. Manaus: Valer, 2003.

PESAVENTO, Sandra Jatahy. **História e história cultural**. São Paulo: Autêntica, 2008.

PINHEIRO, Luís Balkar Sá Peixoto. Na contramão da história: mundos do trabalho na cidade da borracha (Manaus, 1920-1945). In: **Revista Canoa do Tempo**, v.1, n.1, Jan/dez.2007.

PINHEIRO, Maria Luiza Ugarte. **A Cidade sobre os ombros**: trabalho e conflito no porto de Manaus (1889-1925). Manaus: EDUA, 1999.

_____. **Folhas do Norte**: letramento e periodismo no Amazonas, 1880-1920. São Paulo, 2001. Doutorado em História, 2001. PUC-SP, 2001.

SAMPAIO, Patrícia Maria Melo. **Os Fios de Ariadne**: tipologia de fortunas e hierarquia sociais em Manaus: 1849-1880. Niterói, 1993. Dissertação de Mestrado, 1994. UFF: Niterói, 1994.

SANTOS, Roberto. **História Econômica da Amazônia (1800-1920)**. São Paulo: Quierós, 1980.

SOUZA, Gisele Elaine de Araújo Batista. et al. Movimentos Sociais dos Seringueiros e a RESEX Chico Mendes: a cada conquista, persiste a necessidade das lutas In: **Sociedade Brasileira de Economia, Administração e Sociologia Rural**. Porto Alegre, 26 á 30 julho de 2009.

THOMPSON, E. P. **A formação da Classe Operária Inglesa**. Vol.1 São Paulo: Paz e Terra, 6ª ed. 2011.

_____. **As peculiaridades dos ingleses e outros artigos**. Campinas: Ed. da Unicamp, 2001.

_____. **Costumes em Comum**. São Paulo: Companhia da Letras, 1998.

VAINFAS, Ronaldo. História das mentalidades e história cultural. In: VAINFAS, Ronaldo & CARDOSO, Ciro Flamarion (org). **Domínios da história**. São Paulo: Campus, 2011.

FONTES DOCUMENTAIS

A Capital. Manáos, 04 de Fevereiro de 1918.

A Capital. Manáos, 08 de Outubro de 1917.

A Capital. Manáos, 13 de Outubro de 1917.

A Capital. Manáos, 27 de Setembro de 1917.

A Constituição. Belém do Pará, 01 de Junho de 1877.

Commercio do Amazonas. Manáos, 04 de Dezembro de 1877.

Commercio do Amazonas. Manáos, 15 de Julho de 1875.

Diário Oficial. Manáos, 24 de Junho de 1897.

Diário Oficial. Manáos, 30 de Outubro de 1895.

Jornal do Commercio. Manáos, 13 de Outubro de 1917.

O Correio do Purus. Labrea, 08 de Dezembro de 1905.

O Correio do Purus. Labrea, 16 de Junho de 1907.

O Mariauense. Manaus, 29 de Abril de 1897.

Quo Vadis? Manaus, 04 de Março de 1903.

Quo Vadis? Manaus, 06 de Março de 1903.

SOBRE OS ORGANIZADORES

EDWALDO COSTA - Pós-doutorando no Programa de Pós-Graduação em História da Universidade de Brasília (UnB). Pós-doutor em Jornalismo pela Universidade de São Paulo (USP). Doutor em Comunicação e Semiótica pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP). Mestre em Comunicação Social pela Universidade de Marília e especialista em Informática na Educação, pela Universidade Estadual de Londrina (UEL). Concluiu graduações em Comunicação Social/Jornalismo e Ciências da Computação. Atuou como professor na Universidade do Estado de Minas Gerais (UEMG), no Centro Universitário Toledo de Araçatuba e na União das Instituições Educacionais do Estado de São Paulo. Atualmente, o organizador do e-book é membro efetivo da Academia de Letras do Brasil-DF e atua como jornalista no Ministério da Defesa, em Brasília.

JULIANA DA COSTA FELIZ - Natural de São Paulo (SP), é doutora em Ciências da Informação – Jornalismo e Estudos Mediáticos pela Universidade Fernando Pessoa – UFP, Portugal (2022), mestre em Estudos de Linguagens – Linguística e Semiótica pela Universidade Federal de Mato Grosso do Sul – UFMS (2008), especialista em Imagem e Som, UFMS (2004), bacharel em Comunicação Social – Jornalismo, UFMS (2000) e licenciada em Letras – Língua Portuguesa e Literaturas, UNESA (2015). Ao longo de sua carreira atuou como jornalista, assessora de imprensa, professora universitária e coordenadora de cursos de graduação e especialização. É autora de livros biográficos, históricos e ficcionais.

ÍNDICE REMISSIVO

A

Análise do discurso 1, 10, 14, 18, 19, 20, 150

Audiência 8, 61, 62, 63, 64, 66, 68

C

Campo comunicacional 19, 46

Ciências Sociais e Humanas 18

Comunicação 2, 3, 4, 5, 7, 8, 9, 10, 11, 13, 18, 19, 20, 27, 29, 32, 33, 45, 48, 50, 52, 58, 59, 60, 62, 68, 70, 71, 72, 74, 75, 76, 77, 78, 79, 80, 81, 82, 83, 97, 98, 110, 111, 112, 113, 114, 115, 116, 117, 118, 119, 121, 123, 124, 127, 128, 130, 131, 132, 133, 136, 138, 145, 148, 150, 155, 167, 174, 175, 176, 178, 179, 187, 188, 189, 190, 191, 192, 196, 197, 198, 206, 209, 211, 224, 237

Contemporaneidade 7, 8, 9, 60, 81, 88

Cultura 7, 8, 13, 29, 46, 51, 58, 59, 61, 63, 68, 69, 70, 74, 78, 80, 90, 91, 96, 100, 101, 102, 106, 115, 117, 118, 134, 142, 144, 147, 148, 166, 172, 184, 185, 188, 190, 191, 192, 208, 229, 231

D

Dialógica 15, 17, 18, 189, 190, 192

Diálogo 16, 109, 112, 114, 116, 127, 128, 133, 156, 176, 187, 188, 189, 191, 196

Discurso 1, 2, 3, 4, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 18, 19, 20, 68, 73, 75, 104, 106, 107, 108, 113, 119, 134, 150, 156, 166, 226, 229, 231, 235

E

Esfera pública 9

Etnografia da comunicação 11

H

Hermenêutica 1, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20

História 1, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 10, 19, 20, 46, 55, 58, 60, 65, 81, 84, 85, 93, 94, 95, 100, 102, 103, 109, 114, 126, 127, 129, 131, 139, 144, 145, 147, 151, 152, 154, 156, 160, 161, 162, 163, 165, 166, 192, 224, 225, 226, 227, 228, 231, 232, 233, 234, 235, 237

I

Imaginário 5, 8, 9, 11, 85, 143, 159, 166, 191

Imaginário social 8

Impresso 1, 2, 3, 5, 6, 7, 20, 45, 62, 63, 64, 65, 72, 98, 115, 134

Informação 1, 2, 4, 5, 6, 8, 11, 13, 27, 28, 47, 60, 64, 68, 69, 70, 71, 72, 75, 76, 79, 80, 81, 99, 110, 111, 112, 119, 133, 138, 139, 172, 174, 175, 176, 184, 185, 191, 194, 196, 208, 237

J

Jornais 1, 6, 10, 19, 46, 61, 62, 69, 70, 72, 75, 77, 78, 80, 98, 108, 142, 226, 234

Jornal impresso 6, 45, 62, 63, 64, 65, 98

Jornalismo 1, 2, 6, 7, 9, 10, 11, 12, 13, 18, 19, 20, 45, 46, 63, 70, 72, 73, 97, 99, 102, 103, 109, 110, 112, 119, 121, 133, 134, 136, 138, 139, 148, 187, 237

L

Leitura analítica 10

M

Mediação 8, 21, 22, 32, 198

Memória 1, 3, 4, 5, 6, 8, 9, 19, 20, 83, 149, 150, 151, 153, 158, 161, 162, 164, 165, 166, 167, 189

Memória coletiva 4, 5, 6, 8, 9, 19, 162, 165, 166

Mídia impressa 2

N

Narrativa 7, 19, 20, 55, 109, 138, 139, 150, 151, 152, 158, 160, 164, 167

Notícia 2, 5, 6, 8, 9, 10, 12, 13, 20, 60, 61, 63, 64, 67, 68, 69, 70, 87, 98, 103, 109, 110, 112, 119, 120, 121, 126, 129, 132, 133, 228, 230

Noticiabilidade 10, 12, 13, 110, 111, 112, 119, 120, 121, 126, 127, 128, 132, 133, 134

O

Organizações 8, 88, 105, 173, 177, 188, 189, 192, 193, 199, 200, 201, 218, 219, 222, 223

R

Realidade 2, 3, 6, 7, 8, 9, 10, 12, 18, 49, 50, 57, 61, 66, 99, 103, 107, 138, 139, 142, 143, 147, 153, 191, 213, 226

Revistas 1, 44, 45, 46, 72, 133, 185

S

Signos 14, 19, 211

Símbolos 14, 18, 19, 49, 115

Sistema midiático 7

Sociedade 2, 3, 6, 7, 8, 9, 13, 16, 20, 29, 59, 60, 68, 69, 71, 72, 73, 74, 76, 77, 78, 83, 84, 86, 91, 93, 94, 98, 99, 100, 102, 106, 115, 116, 117, 119, 136, 147, 150, 151, 154, 160, 165, 168, 169, 171, 172, 173, 183, 187, 188, 189, 193, 194, 200, 201, 216, 226, 228, 229, 234,

T

Teoria da interpretação 14, 15, 20

Teoria do jornalismo 11, 13, 109

Texto 8, 10, 12, 15, 16, 17, 18, 19, 22, 23, 24, 25, 30, 45, 51, 64, 100, 101, 106, 108, 109, 124, 143, 146, 149, 151, 167, 233

Texto midiático 10

Transmissão 2, 3, 8, 28, 112

Traquina 7, 12, 13, 19, 20, 109, 120

V





Valores-notícia 13, 119, 120

Veiculação 50

Veículo de comunicação 13

W

Wolf 12, 13, 20, 61, 70, 109, 120

 www.atenaeditora.com.br
 contato@atenaeditora.com.br
 @atenaeditora
 www.facebook.com/atenaeditora.com.br

COMUNICAÇÃO E CULTURA:

processos
contemporâneos

2


Ano 2022

🌐 www.atenaeditora.com.br
✉ contato@atenaeditora.com.br
📷 @atenaeditora
📘 www.facebook.com/atenaeditora.com.br

COMUNICAÇÃO E CULTURA:

processos
contemporâneos

2

Atena
Editora
Ano 2022