

ORGANIZAÇÃO

PAULO GIRALDI

MARIA CRISTINA GOBBI

JANE APARECIDA MARQUES

ANA PAULA ALMEIDA MIRANDA

JULIANA SALLES DE SOUZA

**PENSAMENTO
COMUNICACIONAL
E CULTURAL
LATINO-AMERICANO**

**MEMÓRIA E TRAJETÓRIA DO GP
AMÉRICA LATINA DA INTERCOM**

| 15 ANOS (2009-2024) |



ORGANIZAÇÃO

Paulo Giraldi
Maria Cristina Gobbi
Jane Aparecida Marques
Ana Paula Almeida Miranda
Juliana Salles de Souza

Pensamento Comunicacional e Cultural Latino-americano:

Memória e trajetória do GP
América Latina da INTERCOM
15 anos (2009-2024)



Macapá/AP
2026

Copyright © 2026, organizadores

Diretor da Editora da Universidade Federal do Amapá

Prof. Dr. Fábio Wosniak

Editor-chefe da Editora da Universidade Federal do Amapá

Prof. Dr. Fábio Wosniak

Conselho Editorial

Fabio Wosniak (UNIFAP/Brasil)
Aldrin Vianna De Santana (UNIFAP/Brasil)
Alisson Vieira Costa (UNIFAP/Brasil)
Alaan Ubaiera Brito (UNIFAP/Brasil)
David Junior De Souza Silva (UNIFAP/Brasil)
Daniel Batista Lima Borges (UNIFAP/Brasil)
Eliane Leal Vasquez (UNIFAP/Brasil)
Frederico De Carvalho Ferreira (UNIFAP/Brasil)
Ivan Carlo Andrade De Oliveira (UNIFAP/Brasil)
Inara Mariela Da Silva Cavalcante (UFPA/Brasil)
Marcus Andre De Souza Cardoso Da Silva (UNIFAP/Brasil)
Marcos Paulo Torres Pereira (UNIFAP/Brasil)
Rosivaldo Gomes (UNIFAP/Brasil)
Romualdo Rodrigues Palhano (UNIFAP/Brasil)
Victor Andre Pinheiro Cantuario (UNIFAP/Brasil)

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

Biblioteca Central/UNIFAP-Macapá-AP

Elaborado por Cristina Fernandes – CRB-2 / 1569

P418p Pensamento comunicacional e cultural latino-americano: memória e trajetória do GP América Latina da INTERCOM - 15 anos (2009-2024) [recurso eletrônico] / Paulo Giralddi, Maria Cristina Gobbi, Jane Aparecida Marques, Ana Paula Almeida Miranda, Juliana Salles de Souza (orgs.). Macapá-AP : UNIFAP Editora, [2026].

235 p. il. color

ISBN: 978-85-5476-131-8

1. Comunicação - América Latina. 2. Comunicação de massa. 3. Política cultural - América Latina. I. Giralddi, Paulo. II. Gobbi, Maria Cristina. III. Marques, Jane Aparecida. IV. Miranda, Ana Paula Almeida. V. Souza, Juliana Salles de. VI. Universidade Federal do Amapá - UNIFAP. VII. Título.

CDD 23. ed. – 302.2

Diagramação e Capa (Canvas, ID): Paulo Giralddi



Editora da Universidade Federal do Amapá
www2.unifap.br/editora | E-mail: editora@unifap.br
Endereço: Rodovia Juscelino Kubitschek, Km 2, s/n, Universidade,
Campus Marco Zero do Equador, Macapá-AP, CEP: 68.903-419

Editora afiliada à Associação Brasileira das Editoras Universitárias

É proibida a reprodução deste livro com fins comerciais sem permissão dos organizadores.
É permitida a reprodução parcial dos textos desta obra desde que seja citada a fonte.
As imagens, ilustrações, opiniões, ideias e textos emitidos nesta obra são de inteira e exclusiva responsabilidade dos autores dos respectivos textos.

SUMÁRIO

APRESENTAÇÃO	02
Paulo GIRALDI	
PREFÁCIO	04
Maria Cristina GOBBI	
ABERTURA	07
Efendy MALDONADO	
HOMENAGENS ÀS EX-COORDENADORAS	09
Ana Paula MIRANDA e Juliana SALLES	
PARTE 1	11
O Uso da Imagem de Che Guevara como Iconografia da Identidade Cultural Argentina	
Norton FALCÃO	12
De Bispo a Presidente: dimensões para investigar a trilha de Fernando Lugo nos espaços midiáticos e nas significações de intérpretes qualificados	
Rafael FOLETTO	27
A Mobilidade Digital e o adensamento urbano	
Matheus BERTO	41
Tarefas da imprensa alternativa na construção da contra-hegemonia na América Latina	
Alexandre BARBOSA	55
O resgate dos encontros comunicacionais nas “Ágoras” pelas comunidades virtuais	
Jaqueline da Costa BUENO	67
PARTE 2	78
AMÉRICA LATINA, CIDADANIA COMUNICATIVA E SUBJETIVIDADES EM TRANSFORMAÇÃO: configurações transformadoras em uma época de passagem	
A. Efendy MALDONADO	79
INTERATIVIDADE: UM CONCEITO ALÉM DA INTERNET	
Gleice BERNARDINI	
Maria Cristina GOBBI	97

Interatividade na TV Pública: Primeira Experiência com Famílias de Baixa Renda na América Latina	
Kellyanne Carvalho ALVES	
Diolinda Madrilena FEITOSA SILVA	
Guido Lemos de SOUZA FILHO-----	111
O Centro Yorenka Ætame e a ecologia xamânica comunicativa Ashaninka	
Eliete PEREIRA-----	135
A interdisciplinaridade em questão: Tecnologias, Comunicação e Educação na pós-graduação stricto sensu – 10 anos do PPGCE/UFU	
Adriana C. Omena SANTOS	
Mirna TONUS-----	153
PARTE 3	168
Jornalismo e Educação na América do Sul: Estudo sobre as Interfaces nos Cursos de Comunicação/Jornalismo, 2012-2022	
Maira Nani FRANÇA	
Suselaine da Fonseca SILVA	
Adriana C. OMENA SANTOS	
Mirna TONUS-----	169
Os “Memes” e o Agendamento Coletivo dos Produtos Midiáticos na Pós-Modernidade	
Deborah Susane Sampaio Sousa LIMA-----	185
Identidade e Desterritorialização na Sociedade Hipermoderna: o Caso Suricate Seboso	
João Eudes Portela de SOUSA-----	199
Poder simbólico dos Antagonistas: narrativas de Veja sobre uma ilha comunista	
Antonio Sebastião DA SILVA-----	212
POSFÁCIO	227
Jane Aparecida MARQUES	
ORGANIZADORES DA OBRA	229

APRESENTAÇÃO

Um caminho de escutas, diálogos e movimentos

“Pensamentos Comunicantes na América Latina”

Esta obra, além de resgatar a memória e a história do **Grupo de Pesquisa (GP) América Latina**, é um importante marco teórico de mais de uma década — 15 anos (2009-2024) — no que tange aos estudos do Pensamento Comunicacional e Cultural Latino-americano (PCLA). O balizamento desses estudos, já nos primeiros encontros do GP durante os Congressos Nacionais da INTERCOM, sempre evidenciou a missão e o compromisso de nossas pesquisadoras e pesquisadores. Diante de suas tantas vertentes analíticas e empíricas, a Comunicação, no GT América Latina, não se perdeu pelo caminho que trilhou. Pelo contrário, demarcou fronteiras e abriu novas possibilidades de pensar, escutar e estudar a América Latina sob a ótica dos processos e sujeitos comunicacionais, valorizando nossas teorias e teóricos.

Essa história é inspirada por profetas da Comunicação, como o eterno professor **José Marques de Melo** (*in memoriam*). Era desejo dele a criação do então GP América Latina, Mídia, Culturas e Tecnologias Digitais. À época, não havia na INTERCOM um Grupo de Trabalho dedicado ao estudo do Pensamento Comunicacional na América Latina. Esse foi um marco na história da entidade. E não poderia ser diferente, já que a história e os estudos da Comunicação no Brasil são antecédidos e comungados pelos teóricos latino-americanos, desde o CIESPAL (*Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina*), em 1959.

O **Pensamento Comunicacional Latino-americano**, quando revisitado a partir de uma **Epistemologia da Escuta** (Giraldi, 2025), revela-se como um campo de resistência e reinvenção frente às lógicas coloniais do saber e do comunicar. Escutar — em vez de apenas falar — torna-se um gesto político e epistemológico que reconhece as vozes silenciadas da região, sobretudo as de mulheres, povos originários e comunidades tradicionais. Essa escuta ativa e situada rompe com o modelo eurocêntrico da comunicação vertical, propondo uma escuta que é relação, reciprocidade e partilha de mundos. Assim, pensar a comunicação latino-americana desde a escuta é reconhecer o território como fonte de conhecimento, as narrativas populares como teoria viva e o diálogo como método para construir sentidos plurais e emancipatórios sobre o viver e o comunicar em nosso continente Pan-amazônico.

Ao (re)publicarmos os estudos apresentados no GP América Latina, ao longo de mais de uma década, desejamos reafirmar esse percurso e valorizar nossas pesquisadoras e

pesquisadores – que, desde então, já delineavam caminhos importantes nos estudos das Ciências da Comunicação. O GP acompanhou a trajetória de muitos jovens iniciantes, assim como sempre foi espaço de diálogo e aproximação com teóricas e teóricos renomados. Lá em 2009, quando teve início como GI (Grupo de Interesse), e posteriormente GP, já acolhia graduadas/os, especialistas, mestrandas/os e doutorandas/os.

Hoje, com o passar dos anos, muitas/os já doutoras/es, são colegas docentes em universidades públicas e privadas no Brasil. Outras/os lecionam no exterior ou decidiram seguir novos caminhos para além da vida acadêmica. A todas/os/es, os nossos mais sinceros agradecimentos. Aqui, deixaram suas marcas, seus pensamentos, ideias e importantes provocações. Este e-book eterniza o GP PCLA, protagonizado por pesquisadoras/es, e que certamente poderá ser estudado por outras gerações.

Na oportunidade, expresso minha gratidão ao Prof. Dr. Rodrigo Gabrioti de Lima (Athon/Intercom), que, desde 2021, esteve conosco na concepção desta publicação e realizou o levantamento completo dos trabalhos apresentados no GP América Latina (2009-2020). Estendo também meu agradecimento a toda a equipe organizadora deste livro, que entra para a história: Profa. Maria Cristina Gobbi, Profa. Jane Marques, Profa. Ana Paula Almeida Miranda e Profa. Dra. Juliana Salles de Souza.

E como nos ensinou o Prof. Marques de Melo: *“Pragmatismo utópico é como se caracteriza o Pensamento Latino americano”*.

Forte abraço!

24 de Outubro de 2025
Dia Nacional da Democracia

Prof. Dr. Paulo Giraldi

Coordenador do GP América Latina (2020-2024)
Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (INTERCOM)
Professor Adjunto da Universidade Federal do Amapá (UNIFAP)
Pós-Doutor em Ciências da Comunicação (ECA-USP)
Bolsista no Exterior (PDE) pelo CNPq (2022-2023)

PREFÁCIO

UMA HISTÓRIA DE ENTUSIASMO CRIADOR

A presença dos estudos Latino-Americanos na Intercom

Falar o Grupo de Pesquisa (GP) América Latina é recordar. Minhas primeiras incursões no tema da Comunicação latino-americana ocorreram no final dos anos de 1990, quando fui trabalhar na Cátedra Unesco de Comunicação para o Desenvolvimento Regional, na Universidade Metodista de São Paulo (UMESP), sob a coordenação do Professor José Marques de Melo. A partir desse momento, na busca por aprender mais sobre o tema e com a orientação do mestre, focalizei meus estudos em Comunicação na América Latina e o GP da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom), foi um dos muitos resultados que, conjuntamente com diversos companheiros, conseguimos contribuir.

Primeiro Doutor em Jornalismo titulado por universidade brasileira (1973), o mestre José Marques de Melo, falecido em 20 de junho de 2018, deixou um legado de estudos, de pesquisas e de desafios de continuidade muito significativos. E diria mais, é impossível falar de Marques de Melo sem mirar sua trajetória acadêmico-profissional, sua significativa contribuição para os estudos em jornalismo, comunicação e sua atuação junto à comunidade acadêmica da área.

Como disse uma vez Antonio de Barros, um amigo comum, ao professor José Marques de Melo se pode atribuir o verso de Geraldo Vandré: “quem sabe faz à hora, não espera acontecer”. E com essa força ‘motriz’ nasceu o GP da América Latina. Um desafio na criação de um espaço de reflexão crítica dos estudos latino-americanos, no maior congresso da área, no Brasil.

Foram 15 anos de encontros, reflexões e participações de pesquisadores de diferentes regiões do país, buscando nos diálogos promovidos pelos encontros anuais conhecer e (re)conhecer a diversidade cultural latino-americana em comunicação, frente às expressões de respeito por nossa diversidade (cultural, social, econômica, política). Importante, também, foi a possibilidade de abrir caminhos para que os jovens pesquisadores, ainda em formação, tivessem um espaço de interlocução com os mestres que recheavam as ‘nossas’ referências bibliográficas.

Como é possível observar no material disponibilizado no volume, as pesquisas têm passado por diversos períodos que, além de singulares, revelaram particularidades históricas. Inseridas, muitas vezes, em contextos políticos, econômicos e sociais desiguais, os pesquisadores evidenciam em suas investigações matrizes capazes de dar conta de temáticas inerentes à América Latina.

O livro apresenta, de forma quase cronológica, não somente os temas refletidos no GP, mas um quadro evolutivo na incorporação de outros fenômenos, como da digitalização, dos movimentos sociais, das lutas pela democracia, entre outros, ainda tão importantes e necessários.

Do mesmo modo, registrar a trajetória do GP, observada nas contribuições disponibilizadas no livro “Memória e Trajetória do GT América Latina da Intercom”, demonstra os vieses que, muitas vezes, assimila o passado e busca reconstruir a própria identidade comunicativa latino-americana, em uma luta de possibilidades de recuperação cultural da e na região.

Com a criação do Centro Internacional de Estudos Superiores para América Latina (Ciespal), em 1959, houve a ampliação dos estudos em jornalismo, principalmente a partir da década de 1970, inicialmente privilegiando a mídia impressa e, posteriormente, passaram a focalizar o cinema, o rádio e a televisão.

Na atualidade (segunda década do século 21), com uma produção acadêmica muito vasta e diversificada, caminhando entre os fundamentos teóricos da história, da política, da crítica e das tecnologias, a pesquisa comunicacional na região se legitimou como espaço científico de saber autêntico, estocado e atualizado ao longo do tempo.

Com esse panorama, o interesse pelas pesquisas dos fenômenos da comunicação ganhou espaço tanto nas universidades, nas instituições científicas e nas empresas, que buscam nas evidências empíricas, consolidadas pela cientificidade das escolas de comunicação, a qualificação de profissionais de forma a orientá-los nos caminhos das “engrenagens midiáticas”, sem perder de perspectiva os cenários de desenvolvimento onde ocorrem.

Neste sentido, pensar o fenômeno da produção comunicativa na e da América Latina, produzida pelo Grupo da Intercom, é mirar uma ampla frente de respostas para os desafios comunicacionais da região. Incluindo, a busca por uma definição de “fronteiras” comunicacionais e de legitimação do campo, que ainda se traduz na preocupação em sistematizar e avaliar o conhecimento acumulado, para examinar e definir perspectivas para os próximos anos, na área.

Encerro agradecendo a todos aqueles que durante esse período de 15 anos estiverem presentes na superação dos desafios e contribuindo para o fortalecimento dos estudos comunicativos no cenário latino-americano, como é possível observar nos textos que integram o volume e na participação efetiva na organização do livro. Agradecimento especial ao Professor Paulo Giraldi, que coordenou o GT, conseguiu a edição e a publicação do material pela Universidade Federal do Amapá (UNIFAP).

E para finalizar, “como ninguém escolhe o papel histórico que deve representar, (...) o de José Marques, consistiu em abrir caminho no Brasil para que se discutissem as complexas problemáticas da comunicação e dos media e para que se colocassem à prova seus instrumentos de descrição e análise”, como enunciou a professora Maria do Socorro Nóbrega, quando da outorga do Título de Professor Emérito da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP) ao mestre.

Agradeço, igualmente, a oportunidade que o mestre José Marques de Melo me propiciou de estar ao seu lado em anos de convivência acadêmica e reforçar que, mais que seus ensinamentos, minha escola foi principalmente amparada em seus exemplos.

Profa. Associada Maria Cristina Gobbi

Professora Associada da Universidade Estadual Paulista (FAAC/UNESP)
Fundadora e Ex-Coordenadora do GP América Latina

ABERTURA

América Latina, Cidadania Comunicativa e subjetividades em transformação

A América Latina, na segunda década do século XXI, continua mostrando um dinamismo singular na renovação social, cultural e política. A fundação da Comunidade de Estados Latino-americanos e do Caribe (CELAC), em dezembro de 2011, deu continuidade ao processo de fortalecimento da UNASUL (União de Nações de América do Sul) e do MERCOSUL. Esses arranjos multinacionais constituem premissas necessárias para desenvolver as relações entre os países da região fora dos esquemas de protetorado e do neocolonialismo (OEA; ALCA), desenhados pela hegemonia estadunidense no século XX (MATTELART, 2008). Na atual conjuntura de transformações, os principais programas, estratégias, orientações e projetos são definidos e realizados a partir dos foros latino-americanos (UNASUL, MERCOSUL, CELAC). Entre 2010 e 2012, esse processo foi qualificado mediante a inter-relação entre governos democráticos, independentemente de sua identidade política em cada país. Nesse sentido, são ilustrativos os casos dos presidentes Santos (Colômbia) e Pinheira (Chile), que demonstram como a direita constitucionalista compreendeu a importância da autonomia e da cooperação latino-americana, que foi estruturada inicialmente a partir dos governos democráticos de esquerda desde 1999. Essa gestão intergovernamental na América do Sul, cidadania política concreta, exercida em termos macroestruturais pelos estados, é um sintoma do processo de maturação política que as classes, em especial as populares e as elites renovadoras, construíram na confrontação aos modelos de governo tradicionais

A *democracia restrita* desenhada pelos tecnocratas neoliberais no período posterior às ditaduras fracassou na América Latina e continua produzindo graves estragos no México (NAFTA, massacres, genocídio, corrupção), na Colômbia (guerra: quatro milhões e meio de refugiados: recorde mundial, massacres, desaparecidos), em Honduras (violência extrema, autoritarismo, corrupção, repressão), na Guatemala (massacres, racismo, segregação) e no Paraguai (narcotráfico, autoritarismo, corrupção). Não obstante a gravidade dessas situações, as configurações cidadãs e políticas contemporâneas possibilitam exercícios, vivências e estratégias de cidadania fortalecidas, para enfrentar o *neocolonialismo*, as *necropolíticas*, os *neofascismos* e o *neoliberalismo* perverso e empobrecedor. É assim que, tanto nos países em estágios mais críticos quanto naqueles em que essas situações se apresentam menos

desestabilizadas, os *movimentos sociocomunicacionais* e as organizações populares confrontam os modelos tradicionais das oligarquias e da cultura da morte.

A reação neoconservadora/neoliberal, que foi-se instaurando na América Latina em meados da segunda década do século XXI, foi perdendo força em um lapso curto de tempo, apesar de todo o apoio dos governos dos Estados Unidos, com suas agências de espionagem, de intervenção política e de formação de quadros subservientes captados nas elites e nas classes médias latino-americanas. Na área econômica, implementaram estratégias neoliberais de redução agressiva dos benefícios e da responsabilidade social, mediante planos e programas desenhados e controlados pelo FMI e pelo Banco Mundial com resultados desastrosos, ao promoverem um endividamento agressivo, concentração de riqueza, receitas bancárias próprias de agiotas transnacionais, desindustrialização, especulação financeira, consumismo, aumento desenfreado dos preços dos alimentos, dos serviços e dos produtos de sobrevivência básica, fome, miséria, desemprego e marginalização.

Na dimensão política, foram fabricados vários golpes de estado, que foram bem-sucedidos no Brasil, em Honduras, no Paraguai e na Bolívia, tendo fracassado na Venezuela. No lugar de tanques, canhões, bombas, fuzis e metralhadoras, os estrategistas estadunidenses treinaram políticos, juízes, delegados, procuradores, advogados, fiscais, policiais, militares e empresários nas lógicas, conceitos e estratégias da *Lawfare* (manobras jurídicas de guerra, para neutralizar ou destruir adversários políticos), que foram aplicadas intensamente durante a segunda década do século XXI na América Latina. Os resultados foram vitoriosos para a lógica imperial ao gerarem desorganização institucional, crise econômica, caos e autoritarismo político, conflitos socioculturais políticos, entre os quais, o fortalecimento do neofascismo, do supremacismo e do neonazismo é expressivo. Porém, as vitórias conjunturais obtidas entre 2015 e 2020 geraram *movimentos de transformação* potentes, que na terceira década do presente século têm instaurado governos, programas, mobilizações, organizações em rede, assembleias constituintes e mudanças políticas emancipadoras.

**Trecho extraído do artigo original, publicado neste livro, em formato de capítulo.*

Prof. Dr. Efendy MALDONADO

Docente do PPGCC-UNISINOS .

Doutor em Direito, Política e Sociedade (UFSC).

Mestre na área de Teoria, Filosofia e História do Direito pelo PPGD/UFSC.

HOMENAGEM ÀS FUNDADORAS

Pioneiras e Inspirações do GP América Latina

Fundar um Grupo de Pesquisa vai muito além de reunir pares em torno de um tema. Significa instaurar caminhos de reflexão, cultivar redes de saberes e afetos e afirmar compromissos teóricos, éticos e políticos diante dos desafios do presente. Foi com essa disposição que as professoras Jane Aparecida Marques (USP), Maria Cristina Gobbi (UNESP) e Maria Ataíde Malcher (UFPA) idealizaram, em 2009, o Grupo de Pesquisa América Latina, Mídia, Culturas e Tecnologias Digitais, no âmbito da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (INTERCOM). Em 2022, passou a adotar a nomenclatura GP Pensamento Comunicacional e Cultural Latino-Americano.

Naquele contexto, propor uma análise crítica da comunicação a partir das realidades latino-americanas — e não subordinada a paradigmas eurocêtricos — era uma iniciativa não apenas inovadora, mas necessária. Com trajetórias acadêmicas amplamente reconhecidas — Jane Marques, referência em cultura digital e recepção; Maria Cristina Gobbi, expoente da comunicação popular e comunitária; e Maria Ataíde Malcher, pensadora das mediações amazônicas —, as três professoras não apenas criaram um novo espaço institucional, como também imprimiram ao grupo uma identidade intelectualmente rigorosa e politicamente comprometida.

O GP consolidou-se como espaço de diálogo plural, acolhimento acadêmico e elaboração coletiva de um pensamento comunicacional latino-americano e caribenho. Durante mais de uma década, reuniu pesquisadoras e pesquisadores de diferentes gerações, regiões e instituições, articulando epistemologias situadas, interculturais e críticas às desigualdades históricas da região.

Mais do que um grupo temático, o GP Pensamento Comunicacional e Cultural Latino-Americano constituiu-se como espaço de resistência epistêmica e elaboração política, contribuindo para a afirmação de uma comunicação comprometida com os direitos humanos, a justiça social, a democratização das mídias e o enfrentamento das necropolíticas e dos discursos autoritários.

Em 2024, o grupo encerrou suas atividades junto à INTERCOM, após processo de avaliação interna e diálogo institucional. A decisão se deu em um cenário acadêmico já marcado pela proliferação de grupos de pesquisa, pela especialização temática, pela multiplicação de resistências ao eurocentrismo e pelo reordenamento dos eixos de interesse, o que acabou reduzindo o espaço para propostas de caráter mais amplo e integrador. Ainda assim, a experiência do GP permanece viva: suas contribuições seguem ressoando nos trabalhos de seus integrantes, que hoje atuam em diferentes coletivos e espaços de produção de conhecimento crítico, mantendo viva a premissa de um pensamento comunicacional latino-americano.

O legado do GP Pensamento Comunicacional e Cultural Latino-Americano transcende sua estrutura formal: está presente nas redes colaborativas que ajudou a construir, nos

referenciais teóricos que consolidou e na postura ética e epistemológica que semeou ao longo de seus quinze anos de trajetória.

Ao registrar esta homenagem, afirmamos o reconhecimento àquelas que fundaram e fizeram florescer esse espaço — professoras **Jane Aparecida Marques, Maria Cristina Gobbi e Maria Ataíde Malcher**, por sua contribuição inestimável à construção de um pensamento comunicacional comprometido com as lutas, culturas e pluralidades da América Latina e do Caribe.

Na pessoa delas, homenageamos também todas e todos que, ao longo dos anos, contribuíram para a afirmação de epistemologias críticas, para o fortalecimento da comunicação como direito e para a integração solidária entre os povos latino-americanos.

Nosso carinho, respeito e admiração.

Em nome daqueles e daquelas que, de diferentes maneiras, caminharam com o Grupo de Pesquisa Pensamento Comunicacional e Cultural Latino-Americano ou foram por ele inspirados.

Profa. Dra. Ana Paula Almeida MIRANDA

Doutora em Comunicação Social (FAMECOS - PUCRS)

Vice-Coordenadora GP América Latina (2022-2024)

Linha de Pesquisa: Política e práticas profissionais na comunicação

Profa. Dra. Juliana Salles de SOUZA

Doutora e Mestra em Ciências (PROLAM-USP)

Linha de Pesquisa: Comunicação e Cultura

PARTE 1 |

- *Identidade Cultural*
- *Espaços midiáticos*
- *Mobilidade Digital*
- *Imprensa Alternativa*
- *Comunidades virtuais*



O Uso da Imagem de Che Guevara como Iconografia da Identidade Cultural Argentina¹

Norton FALCÃO²

Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, CE

RESUMO

É impressionante como uma simples fotografia de registro documental pode ganhar mutável força enquanto objeto mais reproduzida no mundo: a imagem de Ernesto Che Guevara, de autoria Alberto Korda. Em sintonia com a fotografia, o design gráfico apresenta, em uma produção de *brand design*, como uma imagem pode apresentar-se como ícone da cultura argentina. Dessa forma, é possível perceber e propor uma investigação científica em relação à síntese do design gráfico, cultura contemporânea e identidade cultural na produção de iconografias argentinas produzidas pelo projeto de identidade visual *Identidad Argentina* (Idarg).

PALAVRAS-CHAVE: imagem; contemporaneidade; design gráfico; identidade cultural; marca.

INTRODUÇÃO

A produção e a utilização de imagem na sociedade contemporânea é uma atividade muito utilizada pelos meios de comunicação, sejam eles de massa, alternativos ou, até mesmo, redes sociais conectadas à Internet. No caso do design gráfico, a imagem pode ser criada, remodelada, recriada, e até mesmo, transformada. Para tanto, a experiência do projeto da Idarg criou novas leituras (por meio da iconografia) de elementos da arte, história, gastronomia e tradições argentinas e propôs uma nova apropriação da imagem mais reproduzida no mundo: a fotografia de Ernesto Che Guevara. Elementos “culturais” como Evita, Maradona, alfajor, vaca, carne, entre outros, são exposto pela Idarg como objetos da identidade cultural argentina que precisa ser exibida e consumida. A partir disso, é possível estudar interseções entre imagem, cultura contemporânea, design gráfico e identidade cultural.

¹ Trabalho originalmente apresentado no GP América Latina, Mídia, Culturas e Tecnologias Digitais, do X Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, em Caxias do Sul, RS - de 3 a 6 de setembro de 2010, "Tema: Comunicação, cultura e juventude".

² Graduado em Comunicação Social - Publicidade e Propaganda pela Universidade Federal do Ceará e professor do Instituto de Cultura e Arte - ICA/UFC: fnortonf@gmail.com.

Imagem, design gráfico e cultura contemporânea

A imagem sempre foi um artefato lido e interpretado durante a história das sociedades. É a cultura social da época que revela como essa imagem pode ser produzida e, posteriormente, provocar um mapa de significação na mensagem visual, por exemplo. Ou seja, a significação da imagem é percebida de acordo com a função social da imagem à época.

Para ampliar ainda mais os exemplos, lembramos das imagens produzidas pelos viajantes europeus que estiveram no Brasil, como Rugendas, Debret ou Eckout. Eles desenharam a flora e a fauna, os trajes, os costumes, os tipos físicos encontrados na época, com a principal finalidade de mostrar, em terras distantes, como a vida acontecia por aqui. As exposições desse trabalhos tem levado muita gente aos museus que o realizam. Hoje, são considerados arte. (OLIVEIRA, 2005, p.25)

Assim, é necessário estudar a imagem nos dias de hoje. Atualmente, é possível encontrar um jogo plural na manipulação significativa de uma imagem. Um bom exemplo disso é a produção por profissionais de design gráfico que, por meio de uma plataforma digital, atinge um hibridismo, e em muitos casos, proporcionam uma nova composição e significação para imagens conhecidas pela história das sociedades.

Mais importante que a produção (ou utilização) da imagem, é perceber como tal artefato (elemento do design gráfico) se comporta diante das estruturas de um *layout* e, também, de estruturas sociais. É o objetivo do designer gráfico revelar a utilidade de uma fotografia em um identidade visual, por exemplo. Respeitar a imagem como elemento fundamental na criação de produtos de design gráfico é, também, agregar conceitos sociológicos, como a produção de fetiche e a representação de sentido em produtos de design gráfico.

O design gráfico, malgrado as intenções diversas de muitos de seus produtores, desempenha um papel fundamental na reprodução e consolidação do fetiche: tal como, por exemplo, o papel do vestuário nas relações sociais, é muito em função do *layout* que reveste seu material promocional ou editorial que uma dada mercadoria é atribuída de tais e tais valores simbólicos na sua relação com outras mercadorias e desta para com os homens e suas relações sociais.” (VILLA-BOAS, 2000, p.26)

A produção do fetiche, do valor, do adjetivo ao produto gráfico faz parte da metodologia atual do design gráfico que abrange a atitude de planejar um conceito norteador para a peça gráfica. É o conceito que proporciona a produção do design gráfico e,

consequentemente, ele influencia a produção e significação da imagem contemporânea na página impressa.

O conceito, ou a ideia, ocupa a posição central da síntese do design. Alicerçando na informação fornecida pela pesquisa, ele é influenciado pela compreensão das condições sob as quais a mensagem será recebida [...]. Juntos, todos esses elementos constituem a base sobre a qual as palavras e as imagens podem ser organizadas de modo a ser obtido um *layout* de real valor. (HURLBURT, 1980, p.94).

Hoje, entender as influências – estéticas, culturais e sociais - da produção do design gráfico na imagem em um projeto gráfico é, também, se concentrar na cultura contemporânea que influencia essa atividade. Assim, é importante conhecer estruturas teóricas sobre o contemporâneo para, em seguida, percorrer variações dessa teoria na história do design gráfico.

Para tanto, David Harvey (1992), afirma que “pós-modernismo” é um campo investigativo abastecido por opiniões, forças políticas e pensamentos conflitantes e que não podem mais ser ignorados desde a segunda metade do século XX. Ele anuncia a constante transformação do pensamento cultural das sociedades, principalmente a ocidental.

Não quero ser entendido erroneamente como se afirmasse haver uma mudança global de paradigma nas ordens cultural, social e econômica; qualquer alegação dessa natureza seria um exagero. Mas, num importante setor da nossa cultura, há uma notável mutação na sensibilidade, nas práticas e nas formas discursivas que distingue um conjunto pós-moderno de pressupostos, experiências e proposições de um período precedente. (HARVEY, 1992, p.45)

Para dominar, inicialmente, as difíceis questões sobre o pós-modernismo, David Harvey aponta uma metodologia de estudo desenvolvida por Hassan¹ (1975) como ponto de partida. Para ele, mesmo discordando em alguns pontos, o estudo hassaneiano, por traçar oposições sistemáticas entre modernismo e pós-modernismo, proporciona uma fácil compreensão que, posteriormente, serve como base para a conclusão de alguns questionamentos. A tabulação posposta por Hassan provoca uma espécie de “pingue pongue” entre as características dos dois momentos. Apesar da polarização em questão, Harvey afirma que a dicotomia proposta é excelente, pois não se mantém somente em um único campo de investigação, mas, sim, estabelece um leque de alternativas distintas – como a lingüística, a

¹ Autor citado no livro *Condição Pós-Moderna*, de David Harvey. Criador das diferenças esquemáticas entre o modernismo e o pós-modernismo.

antropologia, a filosofia, a retórica, a ciência política e a teologia – para se desenvolver um estudo sobre essa ruptura na cultura e na sociedade.

Com a análise dessa estrutura, Harvey inicia sua afirmação apontando uma característica presente na cultura contemporânea: a total aceitação do efêmero, do fragmento, do descontínuo e do caótico como forma de representação da estrutura teórica em estudo. Essa questão é totalmente aceitável quando é possível observar dicotomias como simbolismo/dadaísmos, forma/antiforma, hierarquia/anarquia, presença/ausência, tipo/mutante, paranóia/esquizofrenia e determinação/indeterminação na tabulação proposta por Hassan. “O pós-modernismo nada, e até se esboja, nas fragmentárias e caóticas correntes da mudança, como se isso fosse tudo o que existisse.” (HARVEY, 1992, p.49)

Aceitar a fragmentação, segundo Harvey, é ser condicionado por outros fatores que vão surgir no decorrer do tempo. Ele lembra que essa fragmentação atinge a transferência do conhecimento, pois esse fenômeno dá espaço para a multiplicidade e autenticidade da informação e, como consequência, dá estrutura ao que os pensadores pós-modernos definem como “desconstrucionismo”.

A lógica defendida até aqui encontra o seu ponto fulminante quando se observa o interesse do autor em avaliar as questões apresentadas sobre o pós-modernismo como positivas. O grande valor de reconhecer a multiplicidade das formas de linguagem (seja ela social, de gênero, sexual ou de raça) é a marca principal do mundo contemporâneo. Além disso, o pós-modernismo deve ser considerado, também, como algo que imita práticas sociais, mesmo que essas imitações sejam totalmente simuladas, ou até mesmo, com aparências variadas.

O posicionamento de Harvey também é concludente quando ele afirma que o pós-modernismo muitas vezes se comporta como uma solução para os males desenvolvidos pelos modernistas, ou até mesmo, quando se percebe que o pós-modernismo é mais uma continuidade de uma crise que se reflete por meio da fragmentação, do caótico e da imperfeição defendida pelos critérios modernistas. No mais, a apresentação da força motriz que alimenta as questões sobre o mundo contemporâneo, que segundo Harvey deve ser desenvolvida, aparece em estruturas da sociedade: a preferência pelo conteúdo estético em detrimento da ética e isso, conseqüentemente, leva ao encontro de outros questionamentos que são praticamente impossíveis de se definir.

A presença de outros autores para a consolidação das teorias da cultura contemporânea também deve ser apontada. Entre elas, está a definição de Terry Eagleton

(1998), que aborda questionamentos sobre as estruturas clássicas da verdade, da razão, da identidade, da objetividade e, em um segundo momento, a abordagem do pós-modernismo como uma um estilo de cultura caracterizada por uma arte superficial, descentrada, infundada, auto-reflexiva, divertida, caudatária, eclética e pluralista.

Já Mike Featherstone (1995) atribuiu características ao pós-modernismo que jamais se encaixariam na estrutura moderna: abolição entre a arte e a vida cotidiana, o fim da grande dicotomia entre alta-cultura, cultura de massa e cultura popular, o favorecimento do ecletismo por meio da mistura de códigos, a presença da paródia, do pastiche, da ironia, da diversão e o declínio da originalidade em nome da repetição.

Por fim, é necessário registrar também os pensamentos de Charles Jencks (1996), que destaca a ideia de pluralidade como fator principal na diferenciação da estética pós-moderna. Pare ele, essa característica é fundamentada quando o pós-modernismo aceita mistura de gêneros como atividade constante e não como uma norma a ser rigidamente seguida.

A confluência (ou não) das teorias que formam os ideais característicos da cultura contemporânea é o principal passo para entender o desenrolar de uma estrutura que “aprisionou” as discussões acadêmicas durante muitos anos. No entanto, é importante deixar registrado que o posicionamento das teorias pós-modernas é extremamente semelhante à de um ser nômade: não pertence (oficialmente) a lugar algum, é um viajante, um aventureiro. Mas, no entanto, tem disciplina para transitar e aceitar a pluralidade de questionamentos que podem cercar a sua rotina durante uma determinada viagem.

É interessante perceber como essa estrutura caótica, híbrida e pluralismo desencadeou em atividades bem próximas da sociedade contemporânea, como o design gráfico. Para tanto, se faz necessário percorrer estruturas histórias do design gráfico pós-moderno e entender as suas particularidades durante a segunda metade do século XX.

Design gráfico: características da estética pós-moderna

Pensar em design gráfico como atividade de elaboração da mensagem visual, partindo de um conceito mais formal, é afirmar que peças de design gráfico são todas aquelas produzidas por meio de projetos gráficos. No entanto, ao falar da formalidade do design gráfico, é necessário citar a importância da reprodução das peças gráficas, pois o que caracteriza, também, o design gráfico é a sua facilidade de reprodução, por meio de uma matriz única.

A prática de projeção e elaboração do design gráfico percorreu o século XX por meio de experiências no mundo ocidental, principalmente na Europa. É com a história do design gráfico que podemos perceber a consolidação de teorias e métodos utilizados ainda nos dias de hoje para desenvolver a página impressa.

O final da década de 1960 do século XX é considerado como um marco na história estética do design gráfico, pois, nesse período, já se percebia a necessidade em quebrar paradigmas produzidos pelo design gráfico moderno. Agora, não importa somente a figura do designer gráfico, com sua técnica, determinado por uma estreita ligação com a máquina, mas sim, entender esse novo rumo do design gráfico influenciado, também, pelas questões políticas e culturais da década de 60. “As mudanças nos hábitos de trabalho, a diversificação e os desafios profissionais advinham mais comumente de fatores culturais e políticos do que de mudanças tecnológicas” (HOLLIS, 2001, p.28).

Entender e classificar o design gráfico pós-moderno é perceber a multiplicidade de linguagens na produção do design gráfico. Uma multiplicidade não estabelecida pela variação de uma única estética, mas, pela percepção de variedades de estilos espalhados pelo mundo do design gráfico.

Heller (1988) se refere ao pós-modernismo no design gráfico como uma confluência causal de várias teorias e práticas de designers e escolas espalhadas pelo mundo, uma verdadeira distinção ao Estilo Internacional (baseado no dogma) (KOOP, 2004, p.72).

A apresentação do design gráfico pós-moderno, segundo Rudineu Koop (2004), está na ideia de observar o rompimento com a “previsibilidade e assepsia do alto modernismo”, que atingiu uma espécie de absolutismo gráfico até o ano de 1960. Agora, a procura por novas técnicas de fazer a página impressa era uma constante na produção gráfica internacional. Valores antes condenados pelos modernistas ganham importância visual para a mensagem gráfica.

Entre os novos valores, é importante citar a fuga constante em utilizar somente as formas básicas apontadas pelo modernismo – triângulo, círculo e quadrado –; uso fragmentado da imagem e do efeito sinestésico que pode causar no receptor; o uso mais dinâmico do corpo da tipografia na representação textual; uso constante de colagens, sátiras, citações históricas e do pastiche como recurso visual importante no projeto gráfico. E por último, de forma a

reforçar as diferenças na emergente ruptura estética, está o ruído, que recusa a estrutura linear e “limpa” da página impressa durante os anos modernistas.

A geometria é utilizada de forma descontraída, ou seja, pouca ou completamente despreocupada com a clareza e legibilidade. Passa-se a usar livres e flutuantes (diferentes do triângulo – círculo – quadrado). Tendência a fragmentar imagens e criar múltiplas camadas (fotos sobre texturas, por exemplo). Uso de espaçamentos tipográficos aleatórios e mistura de pesos e estilos de tipo dentro da mesma palavra. Opção por colagens, paródias e citações históricas do design e da arte. Inclusão do ruído (sujeira, imperfeições, rompimento com o acabamento “limpo” etc) como elemento visual. De uma forma geral, essas características encontram-se nos movimentos que, inconscientes disso ou não, fazem parte das raízes do design pós-moderno (KOOP, 2004, p.73).

A movimentação visual a partir da década de 1970, impulsionada pelas novas ondas tecnológicas e pela busca de novos valores, revelou estilos como o *Push Pin Studio* e o *Punk* na composição do design gráfico pós-moderno.

De início, é necessário citar a realidade local de cada país. Agora, mesmo com a consolidação de algumas técnicas de se fazer design gráfico, existe uma preocupação em reviver as questões nacionais, como forma, também, de fugir ao estilo internacional. Uma forma de revitalizar as questões nacionais é utilizar *layouts* já conhecidos na sociedade. Dessa forma, é importante citar os trabalhos da *Push Pin Studio*, que encarou o “revivalismo” pós-moderno como técnica para oferecer trabalhos de design gráfico após a década de 1970.

Havia agora um grande estoque de imagens impressas (xilografuras clássicas, gravuras vitorianas e fantasias kitsch) prontas para serem vasculhadas e reaproveitadas por designers decorativos. Essa foi uma técnica muito usada pelo *Push Pin Studio* e também por Herb Lubalin em seus últimos trabalhos. O próprio modernismo podia ser reciclado por meio de grotescos pastiches, como os feitos por Paula Scher nos anúncios para os relógios *Swatch*, em 1987 (HOLLIS, 2007, p.203).

A contribuição holandesa para o design gráfico pós-moderno está presente na valorização do pastiche como recurso gráfico para a construção da mensagem visual. O grupo holandês chamado *Dumbar* explorou, de forma homogênea, a produção do pastiche na mensagem visual. Para muitos, a utilização do recurso era uma verdadeira piada visual.

Gert Dumbar produziu o espaço da exposição por meio de uma montagem de elementos do estilo *De Stijl*. Ele utilizou uma maquete com ripas de madeira fazendo alusão aos traços do estilo, posicionou um manequim com o rosto de uma outra pessoa e, ainda, colou ao fundo, como se fosse um quadro em uma parede, a obra de Van Doesburg. Por mais que o estilo fosse algo de discussão, principalmente sobre a figura do designer, a mensagem atingiu o seu objetivo: divulgar a exposição sobre o *De Stijl*.

Dumbar quebra assim mais uma convenção – dessa vez uma convenção do design gráfico – ao introduzir uma perspectiva naturalista, que se estende na direção do espectador, no terço inferior do pôster. Aqui, o fundador do *De Stijl*, que introduziu uma das principais características do design gráfico na estética modernista – a supressão gráfica da modernidade – é ironicamente colado no espaço tridimensional, sugerido pela perspectiva (HOLLIS, 2001, p.210).

A Itália é outro país a abordar uma nova tentativa no desenvolvimento do design gráfico pós-moderno. O estilo italiano se revelava, agora, com um grupo chamado *Memphis*, fundado pelo arquiteto Ettore Sottsass.

O maior objetivo desse grupo era produzir a página impressa por meio de uma multiplicidade de recursos visuais. O grupo fundado nos anos 1980 utilizava desde texturas da cultura popular a ornamentos utilizados na à época.

Os designers desse “movimento” são atraídos pelas texturas, superfícies, cores e uso de elementos geométricos pelas texturas, superfícies, cores e uso de elementos geométricos descontraídas e divertidos. A escola do nome reflete a intenção do grupo de unir traços da cultura popular contemporânea e ornamentos e artefatos de culturas antigas (KOPP, 2004, p.81).

Com a estética pós-moderna no design gráfico é possível perceber a tentativa de desconstruir os conceitos impostos pelo alto modernismo contidos no Estilo Internacional. As modificações oriundas do design gráfico pós-moderno durante as décadas de 1960 e 1970 se manifestaram em todo o ocidente de forma consistente. A influência da cultura social e da recusa ao estilo internacional encontraram um campo fértil: o aprimoramento tecnológico com base no computador pessoal.

O aparecimento em 1984 do computador pessoal da Apple, o Macintosh, concretizou a realidade de muitos designers em ter um instrumento de informática na própria casa ou,

com maior facilidade, nos escritórios de design. Mesmo com o pouco desenvolvimento técnico no início da implementação do computador pessoal, as facilidades geradas pela linguagem *PostScript* (*Adobe Systems*) e de um software de editoração eletrônica *Page Maker* (*Aldus*) já facilitavam a produção dos designers. A revolução digital, em meados dos anos 1980, é o marco inicial para o que atualmente conhecemos como design gráfico digital.

As limitações técnicas oferecidas pelos primeiros equipamentos, sem a mais perceptível relacionada ao número de pontos por polegada que os processos de impressão iniciais ofereciam, são utilizadas como forma de produzir uma nova estética no design (KOPP, 2004, p.83).

Como exemplo de design proporcionado pelas virtudes da nova tecnologia, está a produção de Rudi VanderLans para a revista *Emigre*. Mesmo com a produção digital ainda restrita pela baixa resolução dos equipamentos, essa revista tinha como objetivo não respeitar nenhum limite técnico durante a produção dessa peça editorial. De início, a revista já não possui um projeto gráfico totalmente amarrado, estável, estático. Mesmo com os recursos técnicos limitados, a produção gráfica utilizando dos computadores pessoais, já se comportava de forma pioneira. Ora, a multiplicação dos ideais de não se deter a uma estrutura fixa editorial é uma constante do design editorial até os dias de hoje, principalmente quando observamos experiências cambiantes (conceito desenvolvido por Rudinei Kopp) nas revistas como a “*Bravo*”, a “*Trip*”, “*Paper*” e, principalmente, na “*Ray Gun*”.

O benefício do computador doméstico proporcionou a revelação de novos designers no mundo todo. Já na década de 1990, com a tecnologia do Macintosh já bem avançada, é necessário citar os trabalhos de David Carson, que quebrou todos os princípios de legibilidade com uma estética que pretendia desvalorizar a hierarquia dos elementos visuais na página impressa e desenvolver uma espécie de desconstrução da tipografia como recurso visual. O objetivo de Carson era atingir o novo, compor uma nova maneira de se fazer design gráfico e desenvolver técnicas jamais experimentadas. Entre os seus trabalhos mais expressivos está a revista *Ray Gun*, que começou a circular em 1992 e desafiou as teorias do design com sobreposição de imagens, fotos de má qualidade, tipos distorcidos e o ruído como elemento visual importante no desenvolvimento da mensagem gráfica.

Carson inverte a hierarquia dos elementos visuais e numa capa de revista, por exemplo, pode fazer o código de barras torna-se mais expressivo que a fotografia da banda em evidência no interior da revista. Uma entrevista enfadonha pode transformar-se num texto de *dingbats*, totalmente incompreensível, mas com grande teor polêmico. O leitor não lê o design de David Carson, ele precisa traduzir e interpretar ou, simplesmente, olhar como “simples” trânsito de signos a sua disposição (KOPP, 2004, p.87).

A possibilidade de uso de variados recursos, sejam eles categorizados como modernos ou pós-modernos, facilitou bastante a composição da página impressa desde a década de 1990. É como se um banco de dados estético estivesse à disposição do designer gráfico. Agora, o acesso a informações visuais é facilitado pela consolidação da revolução digital (desenvolvimento de elementos visuais como tipos, fotografias, ilustrações, traços e texturas de forma digital, partindo sempre de uma plataforma informatizada).

A iconografia de Che Guevara pela Idarg: imagem pós-moderna, identidade cultural e objeto de consumo

Em sintonia com o design gráfico pós-moderno, percebemos a produção singular de imagens com características particulares. É a imagem digital surgindo como suporte para o desenvolvimento de um design gráfico interdisciplinar. Segundo Flávio Cauduro e Beatriz Rahde (2005), a imagem pós-moderna está presa aos cuidados do designer no que se refere à significação dos elementos estabelecidos para a imagem, seja ela ilustração ou fotografia. O formador de imagens pós-modernistas, conscientemente ou não, traz propostas com múltiplas interpretações, com sentido cada vez mais instável e com a produção de referências ambíguas e paradoxais.

Para os designers pós-modernos, a lógica dessas inclusões é mais ampla na sua pragmaticidade: se o sujeito contemporâneo é um sujeito de identidade cambiante, descentrada, fragmentada e contraditória, nada mais natural que esses sintomas também apareçam nas representações visuais que ele/ela produz e consome. (CAUDURO e RAHDE, 2005, p.199)

A imagem contemporânea também é refém da revolução digital e do aprimoramento das novas tecnologias na construção da imagem na pós-modernidade. Com o advento de novas tecnologias para a produção de desenhos digitais, ficou bem fácil produzir gravuras com qualidade e características de forma típicas de uma produção artesanal. Atualmente, ilustradores, que trabalham com computação gráfica, conseguem converter uma simples imagem em traços retilíneos ou vice e versa. Isso é possível graças a programas de manipulação de imagens, como o *Photoshop* e *Illustrator*, que possuem plug-ins¹ e filtros² fabricados para catalisar essas ações. Dessa forma, a expressão da imagem pós-moderna na página impressa pode ser interpretada como um “artefato” para qualquer designer gráfico,

¹ Ferramenta utilizada como complemento da interfase gráfica do programa. É bastante utilizado no mercado e são fabricados para desempenhar funções personalizadas.

² Ferramenta que, em programas de edição de imagens, proporcionam efeitos artísticos utilizando apenas um comando.

pois o aparato tecnológico dá suporte suficiente para gerar muitos estilos de gravuras, mesmo que o designer não tenha conhecimento artístico suficiente para fazer uma ilustração.

O estudo da imagem na contemporaneidade se torna ainda mais interessante quando se percebe uma imagem utilizada há mais de 40 anos, ocupando funções estéticas e práticas das mais diversas formas visuais. O que se esperava de uma fotografia em estilo “documentário” dos anos 60, servindo apenas para registro, ganhou uma superfície de marca para um ícone da Revolução Cubana. Hoje, Ernesto Che Guevara, por meio da foto de Alberto Korda, é visto pela sociedade como imagem a ser consumida por meio de uma mistura de representações.



Fig. 1 – Imagem original de Che Guevara. Foto de Alberto Korda (1960) Fonte: Site Wikipédia (2010)

A reprodutibilidade na imagem de Ernesto Che Guevara é revelada, mais uma vez, em produções gráficas. Desta vez, a lendária imagem do ex-ministro da economia cubana aparece como personagem principal de um projeto de *brand design*¹. Em 2001, em plena crise econômica argentina, dois profissionais de design gráfico produziram uma série de trabalhos utilizando a técnica da icnografia. Hernán Berdichevsky² e Gustavo Stecher³, com o objetivo de investir em um empreendimento editorial, remodelaram a cultura argentina por meio de 75 ícones. Nascia, assim, a Idarg: identidade argentina utilizando o recurso da icnografia. Logo após o lançamento, a produção ganhou proporções culturais – reconhecidos pelo governo argentino como produção de interesse nacional –, ganhou visibilidade profissional no campo do design gráfico – a AIGA⁴ convidou a equipe da Idarg para fazer uma exposição em Nova Iorque

¹ No mercado do design gráfico, a expressão identifica a criação da marca, desde o nome do produto/serviço até a aplicação em pontos de contato como papelaria e brindes.

² Designer gráfico da Universidade de Buenos Aires. Especialista em imagem corporativa, com trabalhos produzidos na Argentina, Chile, Uruguai e Estados Unidos.

³ Professor do curso de Design Gráfico da Universidade de Buenos Aires. Com experiência em consultoria em produtos editoriais e trabalho como profissional em empresas como Sepia e Beauthy.

⁴ Associação de designers norte-americana. Instituição respeitada no mercado de design gráfico mundial.

-, e, por último, foi considerada como uma das melhores estratégias de *brand design* do mundo pela editora Taschen¹.



Fig 2 – Partes do livro Idarg. Após a publicação, o livro virou instituição representativa da cultura argentina. Fonte: Aiga National Design Center Exhibitions (www.aiga.org)

A produção do trabalho da Idarg revela como a imagem de Ernesto Che Guevara foi utilizada como artefato representante de uma identidade cultural de um espaço e tempo. A produção da iconografia na produção da identidade cultural pela Idarg gera conceitos muito próximos da produção cultural na sociedade contemporânea, como por exemplo, a aplicação do aleatório, da colagem e da multiplicidade de sentido que essa produção pode gerar em peças de design gráfico.

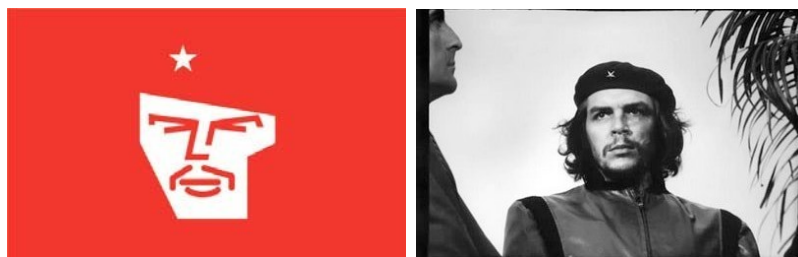


Fig3 – Iconografia de Ernesto Che Guevara e fotografia de Alberto Korda (1960)
Fonte: Adarg (www.adarg.com.ar)

A imagem de Che Guevara pela Idarg, que, mais uma vez, serviu de referencia para a produção de uma outra imagem, com uma outra significação, reflete conceitos encontrados tanto no design gráfico enquanto mídia, na cultura contemporânea e, também, como uma imagem pós-moderna pode ser consumida enquanto produto capitalista.

Entender a iconografia de Che Guevara como objeto de aplicação de uma identidade visual é revelar a dependência do design gráfico em relação a cultura de uma época. Assim, o design gráfico é uma ferramenta de comunicação contemporânea que revela a produção de um

¹ <https://taschensp.com.br/>

tempo, de um espaço. Ou seja, a apropriação da imagem de Ernesto Che Guevara pela Idarg expõe a necessidade de gerar uma representação da identidade cultural da Argentina por meio de um “revivalismo estético”, típico do design gráfico pós-moderno. A ideia da identidade visual proposta por Berdichevsky e Stecher era fazer ícones que representassem a Argentina de forma lúdica, mas respeitando a carga cultural de cada ícone.

Um projeto gráfico denota, necessariamente, o contexto simbólico no qual está inserido. No entanto, para que possa denotar a complexidade desse contexto (e compreender o próprio projeto em sua inserção social), invariavelmente é necessário debruçar-se também sobre outras fontes de análise além do próprio projeto[...].(VILLA-BOAS, 2009, p.38)

Observando a estrutura da iconografia de Che Guevara, é possível perceber como os elementos do design gráfico geraram a composição do ícone: representação simbólica de Che por meio da fotografia de Korda, o traço da ilustração aguçado – referencia ao processo de vetorização da imagem¹ - e, também, o uso da cor vermelha somente no ícone de Guevara – referencia da cor utilizada em muitas revoluções após a Revolução Russa. A cor é tratada de forma interessante, já que todos os outros 74 ícones são referenciados com as cores da bandeira Argentina.

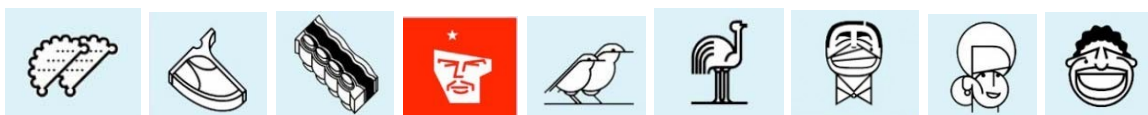


Fig. 4 – Exemplos de ícones produzidos pela Idarg para representar a cultura Argentina no ano de 2001. Fonte: Idarg (www.idarg.com)

O projeto de iconografia de Che também revela como as “forças sociais” da cultura contemporânea podem influenciar o profissional de design. A produção da simplificação da silhueta da Che leva a uma produção de “desconstrução” da imagem mais reproduzida no mundo. No entanto, o processo de desconstrução, defendida por Harvey(1992) leva a produção de uma multiplicidade de linguagem. Pelo que parece, o objetivo da iconografia feita pela Idarg, a partir da imagem produzida por Korda, representa uma parte da identidade nacional da Argentina, uma representação da cultura naquele tempo e espaço. O ícone é produzido de forma que a composição de *layout* oferece uma ideia de liderança e de confiança em ações de um personagem

¹ Processo que gera uma ilustração por meio de uma fotografia. Processo que gera um vetor, artefato de design gráfico muito utilizado para produção de marcas e ilustrações.

histórico, sempre referenciando a Argentina como berço de origem do revolucionário. Além disso, o traço aguçado do personagem é diferente dos outros ícones – traços leves e cores em tons claros. A ideia de representação da cultura e identidade argentina por meio da iconográfica de Che provoca um nível de produção cultural questionável. Além de não se ter uma referência direta das ações sociais de Guevara na América Latina, a amplitude dessa produção não garante o acesso a todos os níveis culturais exigidos por uma sociedade. Assim, como em outras experiências semelhantes por meio do design gráfico, a Idarg foi classificada como um objeto cultural por instituições hegemônicas e de acesso restrito, já que não se teve uma veiculação em massa e que permeasse todos os setores sociais da Argentina.

O problema é que o design gráfico não produz mercadorias culturais, e a conversão de suas produções em mercadorias se dá de forma problemática e, sempre, no âmbito da alta cultura. Um cartaz que se converte em mercadoria cultural ao ser exposto num museu só ganha tal legitimidade porque os museus estão entre as mais fortes instituições de legitimação cultural que possuímos. (VILLAS-BOAS, 2009, p39.)

Por último, a iconografia de Che (aliás, o “ícone cultural” do revolucionário) produzida pelo *brand design* da Idarg leva a produção de um “circuito de sentido” em relação a imagem de Ernesto Che Guevara. O ícone, logo após a sua consolidação no mundo do design gráfico, aparece como uma estampa de camisetas da marca *Nobrand*, criada pelos mesmos criadores da Idarg. Aqui, “o circuito de sentido” se explica pela perda da auto-evidência de uma primeira funcionalidade (*brand design* cultural) do ícone – representação de uma identidade cultural por meio do design gráfico -, como também, pela segunda função (histórico-social) da imagem do Che - ícone da revolução socialista em Cuba - para servir, agora, apenas como objeto de consumo para o mundo da moda. “Quando essas regulamentações não são, ou não podem ser mantidas, surge uma outra situação de graves consequências para a evidência de ordens de valores e concepções gerais do mundo.” (BERGER; LUCKMANN, 2004, p.38)



Fig 5 – Imagem da marca *Nobrand*. Produtos e materiais de ponto-de-venda com a iconografia argentina. Fonte: *Nobrand* (www.nobrand.com.arg)

A produção de uma identidade cultural pelo design gráfico reflete uma estruturação muito comum na sociedade contemporânea: a multiplicidade de usos, hibridações, “desconstruções” e fragmentações e “circuito de sentido” em relação ao objeto utilizado (no caso, a iconografia de Che Guevara). Assim, com esse exemplo, é possível comprovar a dificuldade em manter uma estrutura estável em uma sociedade tão mutável, plural e híbrida.

REFERÊNCIAS

- BERDICHEVSKY, Hérmán; STECHER, Gustavo. **Idarg: Identidad Argentina**. Buenos Aires: Idarg, 2001.
- BERGER, Peter L.; LUCKMANN, Thomas. **Modernidade, pluralismo e crise de sentido: a orientação do homem moderno**. 2. ed. Petrópolis: Vozes, 2004.
- CAUDURO, Flávio Vinicius. **Pós-modernidade e hibridações visuais**. Em *Questão*, Porto Alegre, v. 13, n. 2, p.273-282, 05 jul. 2007.
- CAUDURO, Flávio Vinicius; RAHDE, Maria Beatriz Furtado. **Algumas características das imagens contemporâneas**. Revista *Fronteiras: estudos midiáticos*, Rio Grande do Sul, v. , n. 3, p.195-205, 20 dez. 2005.
- CONNOR, Steven. **Cultura Pós-Moderna: Introdução às teorias do contemporâneo**. São Paulo: Edições Loyola, 1992.
- HARVEY, David. **Condição Pós-moderna**. 5ª São Paulo: Edições Loyola, 1992.
- HULBURT, Allen. **Layout: o design da página impressa**. São Paulo: Mosaico, 1980.
- HOLLIS, Richard. **Design gráfico: uma história concisa**. São Paulo: Martins Fontes, 2000.
- KOPP, Rudinei. **Design Gráfico Cambiante**. 2ª Santa Cruz do Sul: Edunisc, 2004.
- LYOTARD, Jean-françois. **A condição pós-moderna**. São Paulo: José Olympio, 2002. OLIVEIRA, Sandra Ramalho e. **Imagem também se lê**. São Paulo: Rosari, 2005.
- TAIBO, Paco Ignacio. **Ernesto Guevara, também conhecido como Che**. 2. ed. São Paulo: Expressão Popular, 2008.
- VILLA-BOAS, André. **Identidade e Cultura**. 2. ed. Teresópolis: 2ab, 2009. (Série design).
- VILLAS-BOAS, André. **O que é [e o que nunca foi] design gráfico**. 3. ed. São Paulo: 2ab, 2000.
- WIEDMANN, Julius (Ed.). **Logo Design**. Berlin: Taschen, 2007.

De Bispo a Presidente: dimensões para investigar a trilha de Fernando Lugo nos espaços midiáticos e nas significações de intérpretes qualificados¹

Rafael FOLETTO²

Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo, RS

RESUMO

No presente artigo, procuraremos acerrar de contribuições conceituais e teóricas pertinentes para a investigação desenvolvida, a saber, o modo como Fernando Lugo emergiu nos espaços públicos e midiáticos e nas significações dos interpretes qualificados da realidade latinoamericana. Para tanto, buscou-se refletir, por meios de três dimensões distintas, as estratégias, as lógicas e os procedimentos de pesquisa de diversos autores, visando redimensionar os conhecimentos obtidos, durante a elaboração da investigação, bem como ampliar a compreensão dos arranjos teóricos e metodológicos suscitados pela pesquisa.

PALAVRAS-CHAVE: América Latina; Paraguai; Fernando Lugo; Política; Revistas semanais.

INTRODUÇÃO

Compreendemos que as revistas semanais brasileiras, a exemplo da Carta Capital, Época, Isto É e Veja, devido ao seu grau de permeabilidade, circulação e impacto simbólico no território brasileiro, constituem-se como significativas ferramentas para a compreensão dos processos comunicacionais de construção das representações e significações referentes a figura de um chefe de Estado, a exemplo do então presidente do Paraguai, Fernando Lugo. Nesse sentido, os meios de comunicação impressos, possuem a capacidade de incidir os seus produtos midiáticos em significativas parcelas país, pelo fato de que, não raras vezes, serem utilizados como fontes de notícias para rádios e emissoras de televisão, abrangendo assim, públicos que não são prioritariamente leitores dos meios impressos.

¹ Trabalho originalmente apresentado no GP América Latina, Mídia, Culturas e Tecnologias Digitais, do X Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, em Caxias do Sul, RS - de 3 a 6 de setembro de 2010, "Tema: Comunicação, cultura e juventude".

² Professor do Departamento de Ciências da Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), Campus Frederico Westphalen. Docente do Programa de Pós-graduação em Comunicação e Indústria Criativa da Universidade Federal do Pampa (UNIPAMPA). Doutor em Ciências da Comunicação pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS). Graduado em Comunicação Social - Relações Públicas pela Universidade Federal de Santa Maria (UFSM) e em Ciências Sociais também pela UFSM. Membro do Grupo de Pesquisa texto (Unipampa/CNPq), do Grupo de Pesquisa PROCESSOCOM (CNPq/CAPES/UNISINOS) e da Rede Temática de cooperação, comunicação, cidadania, educação e integração da América Latina (Rede AmLat). E-mail: rafael.foletto@ufsm.br

Entendemos os meios de comunicação, como um importante ator, que gera visibilidade ao social e que produz, projeta e legitima sentidos, veiculando as diversas vozes que constituem um determinado período histórico. Assim, atentamos para o fato de que o surgimento de Fernando Lugo, como uma nova figura política e midiática, aciona estratégias comunicacionais de produção midiática das revistas mencionadas anteriormente, para retratá-lo, atrelando-o a elementos sociais, culturais, históricos e simbólicos do contexto latinoamericano, bem como as configurações particulares de cada uma dessas mídias.

No entanto, devido ao contexto de mudanças substanciais nas sociedades contemporâneas gerado, sobretudo, pelo desenvolvimento e propagação das novas tecnologias de comunicação, torna-se necessário problematizar e compreender as diversas mediações que se fazem presentes nas relações e significações dos indivíduos na atualidade. Nesse sentido, a internet, vista como artefato cultural, possibilita e potencializa a inter-relação entre os diversos grupos humanos, bem como a cidadania comunicacional, oferecendo e construindo canais de interação, debate e construção de cosmovisões. Assim, torna-se imperativo observar os processos midiáticos de construção da imagem de Fernando Lugo, tanto na mídia impressa brasileira, quanto em ambientes digitais, como é o caso dos blogs informativos.

Diante disso, percebemos, também, a necessidade de problematizar, analisar e interpretar as visões, posicionamentos, reflexões e pensamentos dos sujeitos produtores-receptores, que mantêm, organizam e operam os blogs e os sentidos, significações e representações que constroem em relação à realidade social, política e cultural da América Latina, mais especificamente no tocante as relações entre Brasil e Paraguai e a figura do então presidente Fernando Lugo. Pois, “as novas formas de narrativa que a internet propõe revitalizam hoje um desejo não alcançado com os meios tradicionais: a formação de leitores críticos” (CORVI DRUETTA, 2009, p.49). Assim, surge como imprescindível problematizar outras instâncias produtoras de significados, como é o caso dos espaços digitais e dos sujeitos produtores-receptores críticos.

Apresentando, para tanto, uma reflexão teórica de três dimensões conceituais pertinente para a compreensão da forma como Fernando Lugo emergiu nos espaços midiáticos, bem como de significações de intérpretes qualificados.

PRIMEIRA DIMENSÃO: RELAÇÕES ENTRE COMUNICAÇÃO E POLÍTICA

Com a emergência dos regimes democráticos na América Latina, que ainda se encontram em fase de estruturação, em maior ou menor grau, uma significativa parcela de

pesquisadores do campo da comunicação se debruçaram em analisar a centralidade das mídias, sobretudo da televisão, na construção das democracias contemporâneas no espaço latinoamericano. Compreendendo, que a política na contemporaneidade se apresenta permeada pela instância midiática (SCHMUCLER y MATA, 1992), fazendo com que os meios de comunicação se constituam como um dos principais espaços de disputada pelo poder político (LIMA, 2001). Esses estudos, apresentam-se sistematizados na reflexão de Rincón (2004):

A comunicação política pretende mobilizar à cidadania para ganhar as 'batalhas pela significação' sobre o que é e deveria ser a 'boa ordem', descansa em uma planificada política da imagem. Trata-se de um discurso político e uma política comunicativa que mistura agentes e palcos clássicos da representação política com outros agentes, discursos e espaços outrora à margem do jogo político, produzindo-se assim uma interface entre o tradicional discurso político e os discursos e gêneros provenientes do jornalismo e o entretenimento. Este fenômeno que vivem as sociedades contemporâneas é conhecido com os nomes de 'massmediatização da política' (Alvarez, 1989; Ferry, 1992; Touraine, 1992; Schmucler e Mata, 1992, Verón, 1992), 'videopolítica' (Landi, 1989, 1991; Muraro, 1997; Quevedo, 1997), 'política da imagem' (Debray, 1994; Balandier, 1995), 'política informacional' (Castells, 1997) ou 'televisação da política' (Rincón, 2002). (RINCÓN, 2004, p.2, tradução nossa).

Trata-se de uma perspectiva teórica centrada no conceito de mediação, engendrada pelos processos históricos, econômicos e políticos, que configuram formas de vida social e culturas específicas ancoradas em modelos, "nos quais o campo midiático tem um lugar estratégico na configuração das sociedades contemporâneas" (MALDONADO, 2002, p.6). Nesse sentido, observamos que, os meios de comunicação de massa, ao possuírem um lugar de destaque nas mediações que compõem a esfera pública política, alicerçariam uma nova configuração dos espaços e das relações cotidianas. Assim, a instância midiática passa a imbricar-se de forma mais acentuada no campo político, impondo as suas lógicas na construção dos debates e dos discursos.

Schmucler y Mata (1992, p.62), observam que "novos espaços físicos e simbólicos que se admitem com lugares de produção do sentido político e umas estratégias próprias de tais espaços, articulados pela mediação tecnológica e o consumo cultural". Dialogando com a perspectiva dos autores, compreendemos a existência de um movimento de deslocamento do debate político, que passa da praça para plateia.

Nesse sentido, Weber (2000) ressalta que a política enquanto atividade primordialmente simbólica, sempre buscou a visibilidade no seio social, porém apenas por intermédio do espetáculo consegue fazer com que o seu discurso ganhe ressonância, para buscar a confiança, o reconhecimento, a aprovação, a confiança das audiências. Desse modo, o discurso político

encontrou nos meios de comunicação de massa, um frutífero espaço de visibilidade, tradução e produção de seus sentidos e ações. A relação entre mídias e política, pelo viés do espetáculo, trata-se, para a autora, de uma constante construção de pactos e disputas de poder. Enfim, residindo “na provocação de determinados embates físicos, estéticos, e discursivos, abrigados por instituições políticas e organizações midiáticas” (WEBER, 2000, p.11). Uma vez que, tanto a política quanto as mídias possuem o poder das palavras, dos discursos, das falas. Ainda, a autora observa que é justamente nessa relação de disputa e de poder que deve se fixar os olhares e reflexões dos pesquisadores, interessados em questões do campo político.

Assim, visualizamos que significativa parcela das pesquisas desenvolvidas na interface comunicação e política, atentam para a existência de uma supremacia da mídia em relação à política, substituindo as questões ideológicas do debate político pela encenação, bem como o conteúdo pela forma (FRANÇA, 2000). Da mesma forma, para Lima (2001), os meios de comunicação aparecem como protagonistas na estruturação dos espaços de significação contemporâneos, uma vez que o modo pelo qual as mídias representam a realidade acaba por definir a própria realidade e o cenário de representação da política, surge como um espaço no qual ocorrem as representações políticas, bem como as disputas pelo poder.

Conforme observamos em Ianni (2002), trata-se de um processo inerente ao cenário trazido pela modernidade, que coloca a mídia como “príncipe eletrônico”, constituindo esse espaço como fundamental para a política:

já não se trata mais apenas do ‘quarto poder’, do qual se começou a falar no século XIX. Trata-se de um desenvolvimento novo, intenso e generalizado, abrangente e predominante, da mídia no âmbito de tudo que se refere à Política. Um predomínio que desafia os clássicos poderes legislativo, executivo e judiciário, assim como o partido político, o sindicato, o movimento social e a corrente de opinião pública (IANNI, 2002, p.51).

Entendemos, assim, que as mídias, em seus diversos formatos e gêneros, apresentam-se como espaço significativo e crucial para compreender as conjunturas socioculturais e políticas contemporâneas, sendo também, uma instância pela qual perpassa os poderes, os sentidos e as representações do cotidiano.

SEGUNDA DIMENSÃO: CIDADANIA E INTERESSE NACIONAL NOS ESPAÇOS MIDIÁTICOS

Frente a um panorama de constante mudança do contexto contemporâneo, impulsionado pela hegemonia do modo de produção capitalista e pela protagonismo da

comunicação, como matriz, marca e processo de produção e organização de sentidos, compreendemos que a noção de cidadania, bem como as questões derivadas dela, assume significativa importância para compreender a dinâmica das sociedades contemporâneas, vistas como fragmentadas, por Martín-Barbero (2006) e Hall (2006). Assim, os diversos meios de comunicação, revlam-se como espeços de mediação e de busca de identidades, produzindo no imaginário dos indivíduos uma idéia de articuladores, que oferecem o sentimento de pertencimento e os tiram da exclusão.

Acreditamos que para compreender as sociedades contemporâneas, nas quais muitas vezes a cidadania aparece como sinônimo de consumo, visto como uma prática que produz sentidos e gera pertencimento, é necessário uma nova abordagem para pensar e produzir conhecimentos sobre as dinâmicas dessas sociedades. Nesse sentido, buscando problematizar e sistematizar a noção de cidadania no escopo das Ciências Sociais e Humanas, Scherer-Warren e Ferreira (2002, p.247), observam que “trata-se agora de incorporar na democracia não mais apenas mecanismos universais abstratos de ‘igualitarismos’ (civis, de direitos políticos, etc), mas de reconhecimento aos direitos à diferença (cultural, étnica, de gênero, etária etc.)”.

Revisando criticamente a produção recente na América Latina referente à temática da cidadania, Mata et al. (2009), observa diferentes dimensões sobre essa problemática, destacando as seguintes:

A dimensão constitutiva da comunicação nas práticas políticas –entendidas como práticas coletivas e conflituosas de produção do comum, o hegemônico e o subalterno– e na condição cidadã – em tanto aparecimento ativo de indivíduos e grupos no espaço público. A dimensão dos meios de comunicação de massa como espaços centrais na constituição do espaço público em nossas sociedades” (MATA, et al. 2009, p.181, tradução nossa).

Nesse sentido, Mata et al. (2009, p.183), procura entender a articulação entre comunicação e cidadania, observando essa dinâmica, inerente práticas midiáticas contemporâneas, para além das interpretações jurídicas, como “o exercício do direito a ter direitos” , enfim, como um processo pelo qual os sujeitos sociais buscam se constituírem enquanto sujeitos de comunicação, no espaço público, reivindicando e propondo direitos. Assim, compreende a noção de cidadania comunicativa, “como o reconhecimento da capacidade de ser sujeito de direito e demanda no terreno da comunicação pública, e o exercício desse direito” (MATA et al., 2009, p.187-188, tradução nossa) . Para tanto, a autora desenvolveu uma construção conceitual que

buscava compreender a significação que teve para nossas sociedades a constituição dos indivíduos como públicos, isto é, como integrantes de um particular agrupamento social que se produz a partir da interação individual com um conjunto de interpelações midiáticas e que confere rasgos identitários segundo o modo em que elas se experimentam.” (MATA et. al, 2009, p.184, tradução nossa).

Nesse sentido, Rincón (2004) observa que na América Latina a democracia enquanto sistema não se converteu em um ethos ou modo de vida para cidadãos, pois poucos ou nenhum têm sido convidados a participar efetivamente dos benefícios e privilégios oferecidos pela democracia. Assim,

A formação cidadã não tem sido possível pela existência generalizada de práticas de exclusão dos setores mais amplos da sociedade na tomada de decisões, a eliminação ou ameaça permanente de todo provável dissenso, a injustiça na distribuição de recursos e o baixo acesso à educação profissional e universitária (RINCÓN, 2004, p.2, tradução nossa).

Observando historicamente o contexto dos países sulamericanos, entendemos que as elites locais se aliando com as transnacionais do capital externo, aumentaram significativamente os seus recursos econômicos e sociopolíticos, investindo, não raro, os seus ganhos no exterior.

Percebemos que não é pela trilha da cidadania que a Fernando Lugo é apresentada pelas revistas pesquisadas, mas sim por outra temática, a do interesse nacional. Nesse sentido, Ferry (1992), atentando para o processo de passagem das sociedades de massa para as sociedades dos meios, observa que o espaço público social não obedece às fronteiras nacionais de cada sociedade civil. Acarretando que umas penetram em outros sem percalços. Assim, “tudo o que ocorre na cena política de outras nações se integra virtualmente a cada espaço público político nacional” (FERRY, 1992, p. 23, tradução nossa).

Contudo, observando as revistas semanais brasileiras pesquisadas, percebemos que nem tudo o que acontece no mundo é retratado por elas, prevalecendo no mapa geopolítico dessas mídias, os campos de forças engendrados a partir da inspiração das grandes potências (STEINBERGER, 2005). Assim, a questão do interesse nacional, que constantemente é abordado nos produtos midiáticos das revistas, pode ser classificada por dois parâmetros. O primeiro, relativo aos fatos ocorridos na América Latina que ferem o interesse nacional dos países desenvolvidos, sobretudo, dos Estados Unidos. O segundo, diz respeito às questões que possam repercutir no interesse nacional brasileiro na região, principalmente, em relação as políticas econômicas adotadas pelos países vizinhos e a forma como podem afetar as relações internacionais com o Brasil, bem como a influencia do país na região. Assim, pouco se fala dos

países que compõem a América Latina e esse pouco sempre é carregado de um contexto sensacionalista, grotesco, privilegiando o negativo. (SANT'ANNA, 2007).

TERCEIRA DIMENSÃO: AMBIENTES DIGITAIS COMO ESPAÇOS DE APROXIMAÇÃO COM INTÉRPRETES QUALIFICADOS

Buscando espaços midiáticos nos quais a América Latina e, mais especificamente, o Paraguai, seja apresentado distante dos prismas da política pelo viés do escândalo ou do interesse nacional, percebemos que a abordagem netnografica, como espaço de pesquisa e ferramenta metodológica. Uma vez que, possibilita compreender as culturas, vivências e interações dos grupos humanos em ambientes digitais.

Quando se fala de etnografia digital, etnografia online, etnografia virtual e netnografia, diz respeito basicamente, a adequações das técnicas advindas da etnografia para a realização de pesquisas em ambientes virtuais. Procurando compreender amplamente os fenômenos culturais on line. Nesse sentido, a netnografia pode ser observada como uma via a ser explorada para entender a comunicação mediada por computadores, atentando para os usos e aplicações que os sujeitos sociais fazem da tecnologia, bem como do modo pelo qual se relacionam com e através das novas tecnologias de comunicação.

Trazendo um panorama dos usos e aplicações de metodologias para as pesquisas dos ambientes virtuais, Montardo e Passerino (2006) observam que

No Brasil, existem estudos esparsos sobre a pertinência e aplicações da netnografia na web no campo da comunicação (Sá, 2001; Barros et al. 2005; Montardo e Rocha, 2005). Desta forma, os questionamentos suscitados em torno das adaptações requeridas pela aplicação da técnica etnográfica no ambiente da web foram inicialmente introduzidos por Kozinets (1997, 2002) e posteriormente por Hine (2005) (MONTARDO e PASSERINO, 2006, p.4).

Assim, entendemos que a netnografia se apresenta como um procedimento metodológico pertinente para o mapeamento da interação social de intérpretes qualificados, colaborando para a compreensão dos questionamentos e temas levantados pela pesquisa em curso. Nesses termos, o uso de redes sociais como o Facebook¹³ e o Twitter¹⁴, bem como de fóruns e grupos de discussão on line, surgem como pertinentes e potencializados para nos acercarmos do grupo com o qual desejamos dialogar. Assim, compreendemos como uma das vantagens da netnografia o encurtamento do tempo e do espaço, tornando uma técnica eficaz em investigações como a que estamos conduzindo, na qual o grupo social encontra-se disperso

e sem lócus off line definido. A netnografia tornou a etapa exploratória da pesquisa mais dinâmica e ágil.

Um levantamento inicial desses espaços de interação revelou a existência de interessantes e propensos focos de observação, sobretudo em blogs informativos e em mídias digitais alternativas. A partir disso, observamos sistematicamente as interações e os assuntos e temas levantados por esses espaço, a fim de pensarmos em potenciais entrevistados para a nossa pesquisa. Em um segundo momento, buscamos a aproximação com um dos membros desses agrupamentos digitais, que apresentaremos a seguir.

Acreditamos que a netnografia se apresenta como técnica fomentadora para dimensionar olhares enriquecedores para a pesquisa, possibilitando a observação e o diálogo com o “outro”, no caso, com leitores paraguaios. Oferecendo, também, a construção de uma abordagem metodológica ampla, que dê conta do processo comunicacional investigado de forma integral, bem como, da compreensão da realidade e da cultura do “outro”, evitando, por consequência, visões míopes e descontextualizadas do espaço da concretude social pesquisado.

UM PRIMEIRO DIALOGO COM INTÉRPRETE QUALIFICADO

Como exploração da abordagem metodológica proposta, realizamos uma entrevista com um jornalista brasileiro que durante o primeiro semestre de 2009, atuou como correspondente do jornal Brasil de Fato em Assunção, capital paraguaia, visando cobrir, sobretudo, fatos relativos ao governo e aos movimentos sociais do país, enfim, apresentando uma pauta mais centrada na questão política. Cabe ressaltar que o entrevistado era o único jornalista brasileiro fixo no Paraguai produzindo notícias sistematicamente. Nesse sentido, procuramos, indagá-lo sobre as perspectivas de reconfiguração da realidade cultural, comunicacional e política no Paraguai. Para tanto, refletimos o diálogo sob três eixos de interesse, a saber, mídias hegemônicas paraguaias, mídias alternativas no Paraguai e comunicação do governo Lugo.

Mídias hegemônicas paraguaias

Em relação a cobertura dos fatos políticos no Paraguai, para o entrevistado, os meios de comunicação mais significativos são, “por ordem o ABC, que é mais tradicional, depois o Última Hora, que tem um perfil mais moderno, com uma pauta mais arejada e, o La Nación, um pouco menor”. São esses jornais, que ditam a pauta política no país, repercutindo nos outros meios de comunicação e nas opiniões dos membros do congresso. A pressão política é

protagonizada pelo ABC, que “é um dos mais ferrenhos opositores do Lugo”. Para ele, “o ABC passa, às vezes, de uma forma até um pouco desonesta, irresponsável na sua cobertura”. Ainda, conforme o entrevistado,

“Em linhas gerais, a grande maioria dos meios de comunicação lá (Paraguai), faz oposição. Pegando, o caso como o ABC e outros veículos, tem muito uma linha denunciata, muito seguindo a pauta dos partidos tradicionais principalmente do Partido Colorado. Às vezes, de uma certa forma, um pouco irresponsável. Via meios de comunicação a oposição e a direita do Paraguai, acaba conseguindo pressionar muito o governo. E, meio que embréia o governo, o governo tá virando meio que refém dessa pauta política, que é coordenada via os principais jornais, como o ABC.”

Nesse sentido, para o entrevistado, muitas vezes parecia que os fatos eram fabricados ou exacerbados pelos jornais, criando determinadas polêmicas que movimentavam o noticiário local. Para ele, os jornais paraguaios constroem os acontecimentos ligados política, de forma semelhante ao que as revistas semanais brasileiras fazem, “lançam algumas polêmicas, algumas denúncias e aquilo acaba repercutindo por vários dias”. Assim, acredita que esse modo de construção do cenário político paraguaio promovido pelas mídias hegemônicas do país, assemelha-se, de certa forma, o que se realiza no Brasil e em outros países da América Latina, quando há um governo mais aberto, mesmo que tenha elementos de direita, atacando muito quando se tem “algum indício de que o governo pode caminhar para a esquerda, para medidas mais populares”.

Quanto aos meios televisivos, o entrevistado observa que “faziam mais o registro dos fatos. As coisas aconteciam, eles cobriam. Mas eram mais coletivas, visitas de políticos no interior, ou então, sempre tem um repórter no Congresso, que daí entrevista os deputados, os senadores”.

Mídias alternativas no Paraguai

No que tange ao contexto das mídias alternativas no Paraguai, o entrevistado destacou o E’A, que se trata de “uma tentativa de alguns jornalistas ali de Asunción que gravitam em torno do sindicato dos jornalistas”. Mas, devido a pouca tiragem, “não tem uma repercussão muito grande, é mais para organizar um determinado setor ali profissional, dos jornalistas, e disputar uma pauta política bem levemente”. Observa que, “a mídia alternativa lá, a contra-hegemônica

é bem fragilizada”. Assim, “no geral são fracos. A mídia alternativa não tem muita capacidade de ampliar sua voz”.

Com relação às rádios comunitárias, o entrevistado afirmou que “não existe um movimento articulado”, mas que as vezes aconteciam algumas reuniões, buscando alguma forma de articulação entre as rádios. Ainda, “lembro que tinha uma rádio lá que era AM normal, que era ligada à igreja Católica também com um viés mais progressista”. Ainda, com relação às localidades do interior do país, sobretudo, os “assentamentos, comunidades de camponeses que tinha sua radiozinha. Realmente, claro que existe articulação, mas eu acho que ela não tem uma representação muito forte no contexto político”.

Sobre o ambiente digital, o entrevistado observa que “as organizações não-governamentais, principalmente os partidos estavam utilizando bastante a internet, os blogs”, destacando um blog chamado “ABC Miente”, criticando o jornal, principalmente, “pela centralidade dele, como organizador do discurso da direita”.

O entrevistado também atenta para o fato de que o governo paraguaio tem apoiado algumas mídias alternativa, pois mesmo com articulação, “em qualquer lugar é difícil, as condições são precárias”. Na opinião dele, que trabalhou nesse tipo de meio de comunicação, “é interessante se o governo está dando espaço, apoio mesmo”.

Comunicação do governo Lugo

O relato trazido pelo entrevistado evidencia que o governo Lugo, ainda carece de uma pluralidade de meios para se comunicar com população sem necessitar, para tanto, das mídias hegemônicas. Segundo o entrevistado,

é o grande desafio deles, porque toda vez que o governo precisava divulgar alguma ação ou rebater alguma denúncia, tinha que chamar a própria imprensa para fazer uma coletiva. Se bem que é o que os governos normalmente fazem, mas se pegar o caso brasileiro, tem outros canais para se comunicar.

Conforme o entrevistado, “em linhas gerais, por não ter nenhum canal de comunicação mais forte, o governo precisava chamar a grande imprensa para se comunicar com a população, e ainda precisa”. Assim, como forma de dialogar com os meios de comunicação, a população e prestar contas das ações desenvolvidas, o governo promovia seguidamente coletivas de imprensa, principalmente na sede do poder executivo. Além disso, o entrevistado destaca o IP Paraguai – Información Pública Paraguai, “que é um site de notícias do governo”.

Semanalmente tinha a coletiva do presidente com todos os jornais, TVs, rádios, no Palácio. Uma vez por semana, todas as terças-feiras. Ali ele fazia o pronunciamento e abria para perguntas. Acho que era a maneira que ele tinha mais eficaz de comunicar com a população era aquela ali.

Nesse sentido, o entrevistado observa que a coletiva semanal era uma forma de pronunciamento oficial do presidente “tanto para se defender como divulgar ações positivas do governo. Pensando, assim, eu acho que era a única forma mais eficaz de comunicação pública.

Em relação às aparições públicas oficiais do presidente, evidencia-se um elemento que desde a campanha eleitoral é significativo, a maneira de falar diferenciada que Lugo possui em relação aos políticos tradicionais paraguaios. Marcada por ser uma “fala cadenciada, bem clara, com ideias claras, mas também de certa forma sofisticada, um raciocínio muito inteligente, mas sendo claro, sendo quase numa catequese.” Conforme o entrevistado,

Acho que aparece muito esse jeito de falar dele, não só com as coisas, mas no jeito de falar, pausadamente, claro, para que as pessoas compreendam, de uma forma calma, pedagógica. E não é boquirroto assim, como alguns políticos do partido colorado. Que usam termos chulos, são agressivos, não é o caso do Lugo.

Esse jeito singular de falar, com característica pedagógica, professoral, calma, parece ser uma expressão da matriz religiosa de Lugo, fazendo que se diferencie do restante dos políticos. Porém, conforme atenta o entrevistado, “infelizmente para o governo, ele perde essa aura de um ex-bispo, do bispo dos pobres, que fala, que tem ideias diferentes de política, que prega a honestidade o tempo inteiro. Ele perde muito isso quando estouro o escândalo dos filhos dele. Nesse sentido, para o entrevistado, com esse acontecimento, a uma significativa mudança na forma como os meios de comunicação paraguaios retratam Lugo, “a sua figura quase mística, rui com esse escândalo e ele se torna, para a imprensa, um político comum, como qualquer outro”.

A forma como Lugo passou a ser apresentado pelas mídias hegemônicas do Paraguai, assemelha-se a abordagem predominante nas revistas semanais brasileiras, que exploram os acontecimentos relativos ao Paraguai e ao presidente do país, de forma jocosa. Trata-se de uma construção marcada pelo preconceito, aludindo o Paraguai a idéia de falsificação, mas que também, conforme o fato assume um caráter ideológico, de crítica aos governos progressistas latinoamericanos e, econômico, de defesa dos interesses dos grandes grupos financeiros e industriais do Brasil.

REFLEXÕES FINAIS

Ao longo do presente artigo, procuramos apresentar a reflexão e a sistematização de elementos conceituais pertinente para entendermos a realidade pesquisada, possibilitando o alargamento da compreensão do contexto pelo qual perpassa as democracias contemporâneas da América Latina, entre elas a do Paraguai, no começo do século XXI. Oferecendo, também, interessantes ângulos para observarmos as recentes mudanças sociais, culturais, políticas e sistêmicas que vem acontecendo no continente, promovendo, por exemplo, a chegada ao poder de lideranças populares, como Fernando Lugo.

Assim, visando compreender a dinâmica da construção da imagem de um líder político e o seu atrelamento a fatos que marcam o processo de integração regional, organizamos a exploração teórica em três dimensões que possibilitaram compreender o panorama trazido pelos processos políticos contemporâneos na América Latina.

A primeira, oferece importantes parâmetros para pensar, refletir e problematizar o campo da comunicação como escopo estratégico para a política. Trata-se, de um olhar da dinâmica da política nas sociedades contemporâneas, que está ligado à questão de garantir e possuir visibilidade em tempos de comunicação de massa e, por conseguinte, ter a propriedade de influenciar na formação de agendas públicas. Contribuindo assim, tanto para o entendimento das democracias contemporâneas, quanto do papel da mídia nas decisões e disputas do espaço político.

Compreendermos que a segunda, apresentou-se como uma dimensão teórica e política pertinente para problematizar a centralidade das mídias nas relações contemporâneas. Pondo em perspectiva o modo como os meios de comunicação hegemônicos constroem a realidade social e a maneira como essa construção incide nas demandas e necessidades dos sujeitos sociais. Ou seja, possibilitando dimensionar a forma como os indivíduos constroem as suas visões de mundo e relações sociais, perpassando essas construções pelas mídias, que muitas vezes, não levam em consideração os desejos e as cosmovisões dos públicos, configurados enquanto sujeitos e cidadãos participantes do contexto sociopolítico e midiático, necessitando serem observados para além de construções dicotômicas.

A terceira, mostra-se pertinente para mapear outras mediações culturais que agem e incidem nessa construção de significações, ao entendermos que os processos comunicacionais não podem ser visualizados e problematizados longe do contexto no qual ocorrem. Nesse

sentido, a realidade cultural, em suas diversas dimensões, surge como aspecto pertinente e configurador dos contextos sociais e comunicacionais das relações contemporâneas.

Entendemos, conforme Maldonado (2006), como movimentos constitutivos e decisivos na investigação em Ciências da Comunicação, a pesquisa empírica e a a pesquisa teórica. Dando atenção aos processos midiáticos, tomados como, foco central de nossas problematizações e contexto que permeiam os problemas decisivos da produção científica em comunicação na contemporaneidade. Dessa forma, percebemos a importância de realizar movimentos de aproximação com o objeto empírico como procedimento metodológico relevante para definir, elaborar e problematizar abordagens de pesquisa sistemáticas e futuras concepções teóricas. Por fim, dialogamos com a proposta de Kaplún (2002), que enfatiza a permanente necessidade de uma comunicação centrada no processo, e não apenas nos efeitos e conteúdos.

REFERÊNCIAS

- CROVI DRUETTA, Delia. **Internet, a aposta na diversidade**. In: FRAGOSO, Suely;
- MALDONADO, Alberto Efendy. Internet na América Latina. São Leopoldo/Porto Alegre: Unisinos/sulina, 2009. p. 41-58.
- FERRY, Jean Marc. **Las transformaciones de la publicidad política**. In: FERRY, Jean Marc;
- WOLTON, Dominique y otros. **El nuevo espacio público**. Barcelona: Gedisa, 1992, p. 13-27
- FRANÇA, Vera Regina Veiga. **Comunicação e política: edifica-se uma tradição?** Revista Eletrônica Compós, Salvador, 2000.
- HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.
- IANNI, Octavio. **O príncipe eletrônico**. In: BACCEGA, Maria Aparecida. Gestão de processos comunicacionais. São Paulo: Atlas, 2002. p. 49-68.
- KAPLÚN, Mario. **Una pedagogia de la comunicación** – el comunicador popular. La Habana: Editorial Caminos, 2002.
- LIMA, Venício. **Mídia: teoria e política**. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2001.
- MALDONADO, Alberto Efendy. **Produtos midiáticos, estratégias, recepção**. A perspectiva transmetodológica. Ciberlegenda (UFF), Niterói/RJ, v. 9, p. 1-22, 2002.
- _____. **Práxis teórico/metodológica na pesquisa em comunicação: fundamentos, trilhas, saberes**. In: MALDONADO, Alberto Efendy et al. Metodologias de Pesquisa em Comunicação: olhares, trilhas e processos. Porto Alegre: Editora Sulina, 2006, p. 271-294.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Tecnicidades, identidades, alteridades:** mudanças e opacidades da comunicação no novo século. In: MORAES, Denis de (org). Sociedade midiaticizada. Rio de Janeiro: Mauad, 2006, p. 51-79.

MATA, Maria Cristina, et. al. **Ciudadanía comunicativa:** aproximaciones conceptuales y aportes metodológicos. In: PADILLA, Adrián e MALDONADO, Alberto Efendy. Metodologías transformadoras: tejiendo la Red en Comunicación, Educación, Ciudadanía e Integración en América Latina. Caracas: Fondo editorial CEPAT/UNESR, 2009.

MONTARDO, Sandra Portella; PASSERINO, Liliana Maria. **Estudo dos blogs a partir das netnografia:** possibilidades e limitações. Novas tecnologias na educação, Porto Alegre, v. 4, n. 2, p.1-10, dez. 2006.

RINCÓN, Omar. **Comunicación política en América Latina.** Centro de Competencia em Comunicación para América Latina. Bogotá, p. 1-10, 2004.

SANT'ANNA, Francisco. América Latina - un tema fuera de la pauta. Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación, v. 4, p. 9-40, 2007.

SCHERER-WARREN, Ilse. & FERREIRA, José Maria Carvalho (orgs.). **Transformações sociais e dilemas da globalização:** um diálogo Brasil/Portugal. São Paulo: Cortez, 2002.

SCHMUCLER, Héctor. y MATA, Maria Cristina (org.) **Política y comunicación.** Hay un lugar para la política en la cultura mediática? Cordoba: Universidade Nacional de Cordoba-Catálogo, 1992.

STEINBERGER, Margarethe Born. **Discursos Geopolíticos da Mídia:** jornalismo e imaginário internacional na América Latina. São Paulo: EDUC; Fapesp: Cortez, 2005.

WEBER, Maria Helena. **Comunicação e espetáculos da política.** Porto Alegre, UFRGS, 2000. América Latina; Paraguai; Fernando Lugo; Política; Revistas semanais.

A Mobilidade Digital e o adensamento urbano¹

Matheus BERTO²

Instituto Federal do Sul de Minas Gerais, MG

RESUMO

Ao falar dos problemas coletivos observados nos grandes centros urbanos frequentemente emerge-se à discussão o conceito de cidades inteligentes. No que se refere especificamente ao “Trânsito das Grandes Cidades”, diversos debates já foram infligidos na tentativa de entender como o uso das Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs) pode influenciar ou solucionar o problema de transporte em regiões de alta densidade demográfica, colocando sempre a tecnologia como instrumento de controle do deslocamento social. Porém, no mundo atual em que a comunicação e a informação não mais partem de um ponto centralizado, o presente trabalho propõe uma mudança do enfoque a fim de investigar não mais como a tecnologia pode interferir no deslocamento urbano, mas sim como os problemas das cidades interferem no desenvolvimento de novas tecnologias e aplicativos digitais. Nesse sentido, o presente artigo objetiva debater a construção das cidades atuais e o uso das tecnologias móveis pela sociedade com destaque especial para sua utilização na resolução dos problemas urbanos.

PALAVRAS-CHAVE: Cidades Inteligentes, TICs, aplicativos digitais, modernidade.

INTRODUÇÃO

A existência das cidades representa a necessidade de socialização inerente ao ser humano e a organização observada nos centros urbanos atuais reflete a interferência do Homem imposta a essas comunidades ao longo da história. Nesses 60 séculos que separam as primeiras ocupações civilizadas das atuais, a elaboração de estratégias e mecanismos que resolvessem os problemas relacionados ao adensamento urbano e promovessem uma melhor circulação de pessoas e mercadorias sempre esteve na lista de prioridades dos cidadãos. Dentre elas destacam-se a construção de estradas férreas e terrestres, a edificação de pontes, o desvio do percurso de rios e animais silvestres, a construção de sistemas de iluminação pública e a rede de coleta de esgoto.

¹ Trabalho originalmente apresentado, sob o título “A Mobilidade Digital na Era da Imobilidade Urbana. Um debate acerca das TICs na resolução dos problemas de adensamento das grandes cidades”, no GP América Latina, Mídia, Culturas e Tecnologias Digitais, do X Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, em Caxias do Sul, RS - de 3 a 6 de setembro de 2010, “Tema: Comunicação, cultura e juventude”.

² Publicitário graduado em Comunicação Social - Publicidade e Propaganda com ênfase em Marketing pela Pontifícia Universidade Católica de Campinas, especialista em marketing pós-graduado pela Madia Marketing School especialista em docência para a educação técnica e tecnológica pós-graduado pelo Instituto Federal de Educação Ciência e Tecnologia do Sul de Minas Gerais, mestre em comunicação pela Universidade Metodista de São Paulo e doutor em Administração de Organizações pela Universidade de São Paulo. Estuda o comportamento das marcas em ambiente digital e atua como Professor Titular de marketing e comunicação do Instituto Federal do Sul de Minas Gerais - Campus Passos.

Em todos esses casos, o que se nota é a influência da tecnologia na resolução dos problemas citadinos, o que não deixa de ser um ponto de observação possível para essa análise. Porém a sociedade atual – ágil, conectada e descentralizada – não se porta mais de maneira passiva e a espera de soluções políticas e tecnológicas para a solvência de seus problemas urbanos, pelo contrário, utiliza-os como vetor criativo, ou seja, ao invés de pensar como a tecnologia modifica a vida nos centros urbanos, indaga-se como as cidades podem servir de catalisador para o desenvolvimento de novas tecnologias e aplicativos.

Baseado nessa premissa dialética e sobretudo relacional, o presente artigo se propõe a realizar uma breve reflexão histórica acerca da construção da cidade atual e incitar um debate sobre o uso das tecnologias na resolução dos problemas advindos do adensamento urbano (tanto do ponto de vista das cidades quanto do ponto de vista de seus habitantes). O debate será subsidiado pela teoria da Internet das Coisas (IdC) e do Ator-Rede (TAR).

A comunicação nas cidades e o desenvolvimento da cidade moderna.

O início da investigação a respeito da comunicação nas cidades deu-se no século IV antes de cristo com o estudo aristotélico da civilização grega. Segundo De Castro (2019) o principal canal de comunicação do mundo grego concentrava-se nas Ágoras e baseava-se em três estruturas principais: a *phronesis*, possibilidade de debate que auxiliam na tomada de decisão, a *retórica*, busca de alternativas para problemas comuns através de debates e a *techné*, tentativa de utilizar a natureza para resolver problemas.

Tal processo de interação social manteve-se inalterado até o século XVIII³, mais especificamente o ano de 1789 com a construção da máquina a vapor pelo inglês James Watt. Desenvolvida inicialmente para produção têxtil, esse advento sublevoou as manufaturas iniciando a revolução industrial. No que se refere à comunicação nas cidades, esse acontecimento torna-se um divisor de águas uma vez que ao partir de uma produção de riquezas manual e artesanal para um ambiente maquinário, inicia-se a produção em série e em linha de montagem, inaugura-se de fato o capitalismo e dá-se origem ao mundo moderno, consolidando a criação da cidade e centralizando a capacidade de decisão resultando na criação de novos mecanismos de mediação como o próprio Estado-Nação.

³É bem verdade que em meados do século XV o mundo assistiu ao surgimento da prensa gráfica desenvolvida pelo francês Johann Gutenberg de Mains e que esse artefato permitiu uma maior disseminação da informação através da possibilidade da impressão em escala e da escrita em vernáculos, porém nesse período histórico, conhecido com alta idade média, o alfabetismo (de forma geral) restringia-se aos membros do clero e a alguns membros proeminentes da elite política, fazendo com que esse advento pouco influenciasse a comunicação nas cidades, uma vez que a troca de informações e as tomadas de decisão ainda eram basicamente orais.

A construção das cidades modernas divide-se em três etapas. A primeira delas, *Primeiro Moderno*, consiste na transição da força de trabalho do campo para as cidades ligada à possibilidade de conquistas de uma melhor condição de sobrevivência. Todavia tal sonho não foi alcançado pelos cidadãos do primeiro moderno uma vez que os centros urbanos nesse período ainda não estavam preparados para oferecer a condição de subsistência mínima esperada pelos trabalhadores (casa, água, sanitarismo, etc.), observava-se então um grande aglomerado de falta de condições sociais⁴ e de infra-estrutura.

O *Segundo Moderno* é caracterizado pela abertura das primeiras vias oficiais de deslocamento e pela organização dos primeiros espaços adequados para a habitação (sempre distantes dos centros das cidades, ainda que as fábricas fossem centrais, já que eram a “vida” das cidades). Isso fazia do percurso casa-trabalho um trajeto cada vez mais difícil. Nesse período surgem os primeiros meios de transportes coletivos (trens e navios) com o objetivo de reduzir o tempo de deslocamento dos bens manufaturados, criando, junto aos principais centros urbanos, outros aglomerados periféricos, dando início as primeira metrópoles.

Tal idéia de interligação regional permite, *mutatis mutandis*, uma associação com a *Sociedade em Rede*⁵ atual, uma vez que a construção dessas vias de deslocamento garantiu também a transição da comunicação e o acesso à informação em diferentes regiões, isso sem levar em conta outras formas de rede como redes de esgoto, cabeamentos elétricos, dentre outros elementos de interligação⁶. A diferença das redes informacionais de ontem e hoje é que na atualidade a interação ocorre por intermédio de computadores e tecnologias móveis e permitem um intercâmbio em tempo real.

No que se refere à comunicação social, nesse período observou-se a emergência das primeiras galerias. Tratava-se de espaços de socialização e troca de bens de consumo nos quais a principal estratégia de mediação dos relacionamentos baseava-se em uma relação de troca afetiva e contato face a face. Esses centros são os embriões do que conhecemos hoje por espaço público.

⁴ Walter Benjamin em seu livro *rua de mão única* (1995, p.159) definiu esse aglomerado de pessoas como multidão e multidão como um ajuntamento de pessoas anônimo e sem caracterização social. Para o autor essa multidão é capaz de produzir uma figura retórica chamada *Flaneur* que é caracterizada por um homem que está na multidão sem estar incluso na mesma uma vez que entre ele e a multidão há um espaço ocupado pela *Flanèrie*. Homem é anônimo, não é ninguém.

⁵O conceito será melhor trabalhado no início da próxima seção do presente artigo.

⁶A própria origem deste termo *rede*, de acordo com Recuero (2018) iniciou-se com um estudo realizado pelo matemático Leonard Euler a respeito do enigma das Pontes Königsberg, que tratava da tentativa dos habitantes de cruzar a cidade através das sete pontes existentes no local passando por cada uma apenas uma vez. Euler em seu trabalho comprovou que tal ação era impossível através de um esquema composto por quatro nós (que seriam os pontos de conexão) interligado por sete arestas (que seriam as pontes).

Da segunda metade do século XIX até o seu fim notou-se uma produção acima da demanda fazendo-se necessário o aumento do consumo, inicia-se o consumismo. Assim, o *Terceiro Moderno* distingue-se dos demais pela intervenção ativa do Estado para que o processo de dispêndio fosse exponencializado. Não se compra o que se tem necessidade, mas sim pelo prazer de comprar. A relação afetiva com o vendedor se finda e dá lugar ao contato direto com o objeto, agora transformado em mera mercadoria.

Nesse período surgem as grandes lojas de departamento e os conceitos de visualidade, exponibilidade e autosserviço, para que o comprador fosse seduzido a comprar cada vez mais. Não há mais uma interação face a face e sim uma mediação corpo a corpo, o corpo “produto” seduzindo o corpo “comprador”. Constitui-se o “Fetichismo” da mercadoria. Como afirma Guy Debord (1997, p.52) e Ciocari; Da Silva; Roveda (2019) as relações sociais passam a ser mediadas pela imagem, sociedade passa a ser baseada em imagem. Precisa-se ser sedutora para vender.

O movimento moderno fundamentou-se em três matrizes orientadoras: o universalismo, o racionalismo e o individualismo. O *Universalismo* é entendido como uma centralidade. Não só no acúmulo de pessoas, mas também na centralização da tomada de decisões imposta pelo Estado-Nação, tido como única força capaz de comandar a massa uniforme e anônima devido ao seu caráter ordenador, opressor e punitivo.

O *Racionalismo* caracterizava-se pela contraposição dos valores dos mundos rural (religião, força da família, economia artesanal, valores familiares) e urbano (anonimato, produção em série, produtividade). Nesse instante o que valia não era um sistema de ordem religiosa e sim aquele imposto pelo Estado e que salvaguardava a ordem social e a produção capitalista.

Os elementos matriciais da produção artesanal deviam ser esquecidos para que houvesse a emergência de um novo meio produtivo e um novo sistema de ordem que fosse concreta e pragmaticamente voltado para capitalismo. Observa-se nesse contexto uma relação dicotômica: de um lado está o pai de família zelando por ela e do outro o Estado exercendo a mesma função.

Por sua vez o *Individualismo* pressupõe uma obediência total do Homem ao Estado para que se mantenha a liberdade individual, ou seja, ele era livre e possuía todos os direitos desde que fosse obediente. Webber (1996, p.131), primeiro estudioso da modernidade, debateu a transição antes os valores da família e do Estado através da teoria do desencanto. Para o autor, o Homem moderno era consciente das vantagens trazidas pelo convívio urbano, mas

demonstrava tristeza por ter perdido a solidez dos valores transcendentais familiares e religiosos.

Na passagem do século XIX para século XX, as cidades estão se desenvolvendo através das máquinas, fazendo com que se constituíssem não apenas por centros de produção como antes, mas também de consumo. A ordem criada pelo esquema Capital-Estado- Mercado fez do cidadão um ser consumista e desse consumismo uma convenção social não optativa, pois ele não era levado a opinar e sim “forçado” a consumir.

É nesse processo transitório que surgem os primeiros meios de comunicação de massa destinados a repassar informações administrativas como forma de manutenção da ordem social.

A primeira [transformação advinda das mídias de massa] aconteceu no século XIX, com a introdução das impressoras a vapor e do papel de jornal barato. O resultado foi a primeira mídia de massa verdadeira - os jornais "baratos" e as editoras de livros e revistas em grande escala. A segunda transformação ocorreu com a introdução da transmissão por ondas eletromagnéticas - o rádio em 1920 e a televisão em 1939. (DIZARD Jr, 2000, p. 53).

Uma vez que a existência desses meios objetivava uma lógica de controle social, surgem nesse momento diversos pesquisadores dispostos a propor teorias e estratégias para que o processo de comunicação massificado ocorresse com a maior taxa de compreensão e o menor índice de ruídos possíveis. Dentre eles destacam-se os estudos de Lazarsfeld (1964, p.88) com seu esquema emissor/receptor e Bateson (2003); Von Foester (2000) com seu conceito de retroação.

Nesse contexto de efervescência científica Marshall McLuhan, apoiado por Innis, cria em 1950 o Instituto da Informação¹⁷, no qual desenvolve uma de suas principais teorias a dos *meios de comunicação como extensão do Homem* (2002) na qual afirma que os meios de comunicação de massa ampliam as capacidades comunicacionais e dialógicas em uma escala que seria impossível de ser alcançada sem o advento desses aparatos ou de outros similares, fazendo com que os meios tecnológicos transformassem o ambiente a volta do Homem e ele próprio.

De lá para cá houve um adensamento dos grandes centros urbanos e com ele problemas estruturais como o de mobilidade urbana, tratamento de dejetos, utilização de

¹⁷ Vale ressaltar que nesse contexto Comunicação é entendida de forma diferente de informação. Comunicação é transmissiva sai do emissor para chegar ao receptor, é veiculativa, enquanto a informação é de natureza vinculativa, ela sempre pressupõe a escolha entre alternativas. Ela é computabilizada e por isso passível de ser analisada.

recursos hídricos e energéticos, dentre outros, tornaram-se objetos de pesquisas iluminadas de forma constante pela ciência que busca as melhores tratativas para sua resolução.

Com os estudos a respeito das tecnologias e da comunicação, diversos aparatos e aplicativos foram desenvolvidos a favor de melhores condições de moradia nos grandes centros, algumas partindo do Estado para as massas, outras originadas nas massas para as próprias massas. Uma e outra serão apresentadas nas seções seguintes.

A influência da tecnologia nas cidades inteligentes

A cidade atual é ágil, interconectada e mutante. É um mundo dominado pela comunicação e um ambiente onde todas as coisas dialogam com todas as coisas. Ela é mediada por um processo dialógico em rede, o que faz da internet o fluido vital da economia, da política e do comportamento social nos grandes centros urbanos.

Ao abordarmos tal assunto, torna-se fundamental uma exposição rápida, já iniciada na seção anterior, acerca do conceito da Sociedade em Rede, uma vez que a forma como agimos, pensamos e nos relacionamos enquanto grupo social é explicado por tal teoria. De maneira sintética a Sociedade em Rede emerge com o intuito de caracterizar uma sociedade que permite ligação e interação livre e direta entre todos os seus membros e setores sociais.

Castells define Sociedade em rede como:

(...) [uma] sociedade cuja estrutura social é feita por redes intensificadas por bases de informação microeletrônicas e tecnologias comunicacionais
(...) Uma rede é um conjunto de nós interconectados. Um nó é um ponto onde as linhas se intersectam. Uma rede não possui centros, apenas nós.
[Tradução minha]. (2004, p.03) ⁸

No que se referem a essas cidades em rede, diversos nomes podem ser aplicados às urbes que convivem em estado simbiótico com a rede mundial de computadores, tais como: *Cidade Digital*, *Cidade Líquida*, *Open City*, *Cidade Errante*, *Ciburbia*, ou ainda *Endless City*. Porém, do ponto de vista desta pesquisa o termo que melhor se adequa a essas comunidades é o de *Cibercidade*.

A Cibercidade nesse contexto se apresenta como uma cidade aberta na qual a infraestrutura tecnológica e digital já existe e onde tudo é possível e pode ser posto em

¹⁸ (...) a society whose social structure is made of networks powered by microelectronics-based information and communication technologies (...) A network is a set of interconnected nodes. A node is the point where the curve intersects itself. A network has no center, just nodes".

movimento. Trata-se da cidade da cibercultura, ou seja, um local no qual as *fronteiras e limites*¹⁹ entre os mundos real e virtual não são bem definidos assim como as noções de tempo e espaço. Trata-se de um ambiente desterritorializado, incompleto, elástico e sem fim no qual não se observa a mesma percepção de tempo existente nas comunidades urbanas antecedentes (FERRARA, 2009, p.70).

Baseado nessa premissa, ao discorrer sobre do convívio urbano, é possível afirmar que o processo de interação e socialização nos grandes centros urbanos é dependente do uso das tecnologias. Comunicação em tempo real e a distância, emergência de uma nova sociedade alicerçada em redes dialógicas virtuais e hibridização dos meios de comunicação são algumas das mudanças principais trazidas pela consolidação e a disseminação do uso da internet como meio de comunicação principal das cidades.

Nesse contexto, o uso das Tecnologias da Comunicação e Informação (TICs) como forma de gestão dos grandes centros tem despontado como alternativa viável aos problemas de adensamento urbano das médias e grandes cidades. Segundo a *World Foundation for Smart Communities (WFSC, 2011)* tais comunidades que fazem “um esforço consciente para usar a tecnologia da Informação para transformar a vida e o trabalho dentro de seu território de uma forma significativa e fundamental, em vez de seguir uma forma incremental” são chamadas de *Smart Cities* ou Cidades Inteligentes.

São consideradas inteligentes as cidades que investem em soluções racionais e sustentáveis para a resolução de problemas relacionados à convivência urbana como, por exemplo: a escassez de recursos hídricos e energéticos promovendo a reciclagem, uso racional de recursos naturais e coleta e tratamento de dejetos, melhorias da mobilidade urbana através de ações de urbanismo e engenharia de tráfego e progressos na área de segurança pública através do uso de tecnologias de investigação e monitoramento, para citar apenas alguns exemplos.

Tal comunidade, portanto, acaba por ter suas relações humanas e tecnológicas mediadas por um objeto, uma coisa. Tal condição corresponde a um cenário complexo no qual nota-se a interferência (ainda que tácita) das técnicas e das tecnologias, do emissor e do receptor, da rede e do isolamento no comportamento social. Esse estado é chamado de Internet

¹⁹ Utilizam-se aqui os conceitos de fronteira e limite trabalhados por Lotman (1996, p.24), entendendo-se por limite um perímetro que não permite a troca de informações entre os agentes vizinhos e por fronteira um contorno poroso que possibilita a troca e a interação.

das Coisas (IdC)¹⁰ e é definida por Lemos (2013, p.11) como: uma forma de comunicação eletrônica entre objetos, dotando-os de capacidade performática e infocomunicacional.

Inúmeros são os exemplos de cidades que aplicam essa forma de tecnologia em seu cotidiano, tais como: a cidade sul-coreana de *Songdo* onde as garrafas pet possuem sensores que identificam se os moradores depositaram a embalagem no cesto de reciclagem correto, a cidade de *Kioto* no Japão na qual autoestradas são iluminadas com energia advinda da fricção dos pneus dos carros que nela trafegam ou a cidade mineira de Belo Horizonte cuja iluminação pública é controlada por sensores inteligentes que dimensionam a vida útil lâmpadas.

Tais medidas tidas como inteligentes possuem duas pilastras básicas a sustentabilidade e a funcionalidade. A primeira é importante uma vez que o espaço e a reposição de recursos naturais não se ampliam ou renovam na mesma velocidade em que a população se desenvolve. Por sua vez a segunda é impreterível já que a cidade pela sua própria razão de ser precisa continuar funcionando, ou seja, produzindo e escoando seus bens com eficiência para manter sua lógica consumista.

Nesse sentido, uma vez que manutenção da ordem social corresponde a uma das atribuições do Estado, o uso das tecnologias para a resolução dos problemas urbanos segue uma lógica massificadora na qual um comandante impõe aos seus comandados as ações de políticas públicas que devem ser adotadas a partir de um dado instante.

Assim, o que se vê nesses casos é a tentativa da tecnologia (utilizada pelo Estado) em interferir, controlar e monitorar a vida nos grandes centros urbanos. Entretanto, a mesma tecnologia que possibilitou essa intervenção Estatal e garantiu às cidades dotação de inteligência também ofertou aos habitantes urbanos uma conexão direta entre si e um espaço aberto e sem restrições para debate de pensamentos, busca por soluções e tomadas de decisão sobre os mais diversos assuntos, tal qual observava-se nas Ágoras gregas.

O surgimento dessas Ágoras Digitais admite uma retomada de parte do poder decisório para a população civil, que passa a opinar a respeito de temas de interesse público, a sugerir temas de debate e propor soluções para os problemas de ordem coletiva. (BERTO, 2012). Nesse contexto as problemáticas advindas da saturação urbana deixam de ser responsabilidade apenas dos governantes notando-se uma mudança no uso das TICs nesse contexto, já que agora não mais são elas que influenciam o comportamento social, mas sim os problemas sociais e seus debates interferem em sua criação.

²¹⁰Do inglês *Internet of the Things (IoT)*.

A influência das cidades na tecnologia

O habitante da cibercidade não ocupa mais a posição passiva de mero receptor da informação e nem fica no aguardo de políticas e ações públicas para a resolução de seus problemas cotidianos. O cidadão passivo deu lugar a outro, ativo, conectado e corresponsável pela produção e transmissão de conteúdos. No novo modelo comunicacional apresentado pelas cibercidades, esse ser transforma-se na própria mídia e no próprio agente da comunicação. Nas palavras de Primo; Cassol (1999) "Acompanha-se então uma passagem do modelo transmissionista 'Um-todos', para outro modelo 'Todos-todos', que constitui uma forma descentralizada e universal na circulação das informações".

Wolton (2004, p.89) vai ao encontro desse pensamento informando que na sociedade atual as comunicações massiva e individualizada coexistem fazendo com que o indivíduo comunique-se ora de maneira particularizada, ora de forma massificada gerando o que o autor denomina "sociedade individualista de massa." Ou seja, mescla-se a valorização individual e busca-se uma coerência social.

Em referência às cidades esses debates advindos dos conflitos urbanos cotidianos agem como força motriz no desenvolvimento de aplicativos e aparatos tecnológicos que visam facilitar a vida no mundo atual e excluir o Homem do *caos*¹¹ cotidiano.

Exemplos dessas interferências urbanas são vistos corriqueiramente e podem ser representados pela criação de aplicativos para *tablets* e celulares *smartphones* que informam motoristas e pedestres a respeito da condição das vias permitindo o escape de regiões com fluxo intenso, ações de sincronização entre veículos de transporte urbano e seus usuários que permitem a esses saber a localização precisa do seu meio de transporte e o tempo estimado para a sua chegada, dispositivos que permitem o controle das condições meteorológicas e climáticas das mais dispersas regiões, portais que possibilitam o acesso a experiências anteriores de diversos usuários acerca de um produto específico, facilitando a tomada de decisões, ou ainda dispositivos que permitem a identificação, em casos de roubo dos computadores portáteis, do possível assaltante a partir de análises fotográficas. Todas sempre com a mesma característica, a tentativa de buscar soluções coletivas para problemas de ordem pública através do uso de tecnologias digitais.

¹¹ Utiliza-se nesse contexto o conceito de caos proposto por Logan (2007, p33) ao dizer que sempre que uma determinada forma de linguagem ou de tecnologia se torna obsoleta e não mais consegue explicar e gerenciar sozinha o universo a sua volta o mundo entra em crise e transforma-se em um *caos* comunicacional que obriga o desenvolvimento de uma nova forma de interação que evolua a capacidade comunicativa do Homem através da criação de novos universos dialógicos.

Através desses novos dispositivos, a vida urbana torna-se facilitada já que o Homem não se torna mais refém das interpéries e contingências da cidade, mas sim monitor das mesmas. Se antes o trânsito poderia atrapalhar seu deslocamento, agora ao acessar dispositivos digitais é possível traçar rotas alternativas, se antes a escolha de um novo fornecedor era um enigma, agora é possível tomar decisões baseadas em experiências anteriores de outros usuários ou ainda se as condições meteorológicas de um dado local eram incógnitas, agora se torna possível prever com maior precisão as condições climáticas dias adiante.

Com essa nova condição dialógica, o Homem pode conversar com outros Homens, com máquinas e dispositivos ou com qualquer outro elemento que auxilie seu acesso à informação. Nessa conjuntura o conceito de uma hibridização entre Homem e Máquina proposto por McLuhan em seu debate sobre *os meios de comunicação com extensão do Homem* dota-se de sentidos uma vez que, nessa perspectiva, a máquina deixa de ser mediadora do processo de comunicação e passa a ser parte integrante do mesmo.

Exibe-se, portanto, uma nova forma de interação social definida por Bruno Latour como a Teoria do Ator-Rede (TAR)¹². Para o autor, a sociedade atual em rede é constituída por nós que não são necessariamente Homens, mas sim, *actantes* que podem ser humanos ou inumanos. O próprio conceito de rede nesse contexto ganha novo significado, para ele (1998, p.180) “a palavra rede indica que os recursos estão concentrados em poucos locais – os nós e os pontos – os quais estão conectados a outros – os vínculos e a rede: essas conexões transformam recursos dispersos em uma rede que parece estender-se a todos os lugares”.

Partindo dessa teoria, um conceito de interesse para essa análise é o de translação entendida como a técnica na qual as unidades dispersas (tais como pessoas, máquinas, instituições, e etc.) passam a trabalhar como se fossem uma unidade única, ordenada e repleta de estabilidades relacionais (BUZATO, 2009).

Desse ponto de vista os usuários comuns passam a não mais necessitar das políticas públicas impostas pelo Estado para resolver pequenos problemas cotidianos advindos da esfera pública. Ou seja, ao ter possibilidade de interagir com infindáveis *actantes* a tecnologia que antes era utilizada para controlar os movimentos da cidade passam a ser utilizada como uma carta que alforria os cidadãos permitindo que eles mesmos tirem suas conclusões e tomem suas decisões.

¹²Do inglês Actor-Network Theory (ANT).

O que se observa, portanto é uma influência das cidades no contexto social. O espaço passa a ser percebido como um vetor para o processo criativo de seus habitantes e como um bem ordenado sistema de fluxos de informação. Entretanto a possibilidade de gerar novos conhecimentos e desenvolver novos aplicativos depende necessariamente da capacidade que os Homens possuem de utilizá-los, como afirma Santos (1997, p.92).

“Pelo simples fato de viver, somos, todos os dias, convocados pelas novíssimas inovações a nos tornarmos, de novo, ignorantes, mas, também, a aprender de novo. Trata-se de uma escolha cruel e definitiva. Nunca, como nos tempos de agora, houve necessidade de mais e mais saber competente, graças à ignorância a que nos induzem os objetos que nos cercam e as ações de que não podemos escapar”.

O autor (1993, p.90) diz ainda que os próprios objetos são “fabricados pelos homens para serem a fábrica da ação e já nascem como sistemas técnicos dotados de intencionalidade, mercantil ou simbólica, com funcionalidades próprias”.

Baseado nessa premissa é possível crer que essa autossuficiência no desenvolvimento de aplicativos e novas tecnologias criam um estado civil pseudo-independente dentro do Estado de direito que se acha capaz de resolver sem interferência externa os problemas de caráter urbano. O que não se observa é que as soluções oferecidas por esses grupos não dão conta de resolver os problemas em sua totalidade, apenas fragmentos dele, tal qual um medicamento que livra o paciente de alguns sintomas sem, porém, curá-lo totalmente.

Portanto, do ponto de vista do Estado, há uma tentativa de implantação de políticas públicas utilizando as tecnologias da informação e comunicação que interferem na rotina das cidades de forma impositiva na tentativa de sanar os problemas resultantes da habitação em uma comunidade demograficamente cada vez mais densa. Do outro lado, porém, a tecnologia desenvolvida para influenciar a rotina das cidades a fim de sanar seus problemas cria novas soluções tecnológicas paliativas, ou seja, ao mesmo tempo em que a tecnologia interfere na rotina das cidades a própria rotina urbana influencia o desenvolvimento de novas tecnologias.

Considerações Finais

A evolução técnico-científica é uma das grandes responsáveis pelo adensamento urbano e pelos problemas advindos dele (crescimento desorganizado das cidades, problemas

de mobilidade urbana, alto consumo de matérias-primas, etc.) e por isso a solução para esses percalços necessariamente precisa passar pela tecnologia.

Nesse sentido o uso das Tecnologias de Informação e Comunicação na resolução dos problemas cotidianos das grandes cidades é tido como a melhor opção uma vez que permite um uso mais racional dos recursos naturais, humanos e tecnológicas ofertando sustentabilidade à vida nessas comunidades.

Todavia, basear a solução desses problemas no uso dos aparatos tecnológicos em um país como o Brasil cujo número analfabetos digitais e funcionais corresponde à maior parcela da população parece uma medida pouco adequada. No mesmo sentido, pensar em soluções que excluam a tecnologia do ambiente das cidades em um universo globalizado e conectado como o atual, também não parece ser a solução ideal.

Nesse sentido há de se encontrar uma saída híbrida que contemple essas duas linhas de pensamento. Associar o uso das TICs às políticas públicas que eduquem os habitantes dos grandes centros, sobretudo no que diz respeito ao trânsito, ao uso consciente de água e energia elétrica e à liberdade de convívio com as diferenças apresentam-se como a forma mais “inteligente” de enfrentar esse desafio (ainda que o próprio cotidiano dos grandes centros possa auxiliar nesse processo de aprendizagem)

Da mesma forma, pensar o uso das tecnologias a partir da cidade e não a cidade a partir da tecnologia também pode servir como um seleiro de novas ideias e soluções. Ao incluir os cidadãos no processo de decisão ouvindo suas opiniões e avaliando suas propostas é possível ter uma visão do ponto de observação de quem vivencia o problema em seu cotidiano e esse olhar acático por vezes é o mais bem posicionado.

REFERÊNCIAS

- BATESON, G; BATESON, M.C. **El temor de los Angeles**. Barcelona: GEDISA, 2000.
- BENJAMIN, Walter. **Rua de mão única**. 5.ed. Trad. Rubens Rodrigues Torres Filho e José Carlos Martins Barbosa. São Paulo: Brasiliense, 1995. (Obras escolhidas, v.2)
- BERTO, Matheus; Gonçalves, Elizabeth M. **Diálogos online**. As intersemioses do Gênero Facebook. **Ciberlegenda**: Revista do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social. Rio de Janeiro: UFF, n.25, p. 100-110, 2012.
- BUZATO, Marcelo E. K. **Letramento, novas tecnologias e a Teoria Ator-Rede**: um convite à pesquisa, Campinas, Remate de Males, v.29, p.71 88, 2009.

CASTELLS, Manuel. **The Network Society**. A Cross-cultural Perspective. Northampton: Edward Elgar Publishing Limited, 2004. 464 p.

CIOCCARI, Deysi; DA SILVA, Gilberto; ROVIDA, Mara. **A sociedade do espetáculo: Debord, 50 anos depois**. Editora Appris, 2019.

DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo** – Comentários sobre a sociedade do espetáculo. Trad. Estela dos Santos Abreu. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

DE CASTRO, Murilo Cardoso. A ESSÊNCIA DA TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO. Revista da JOPIC, v. 2, n. 5, 2019.

DIZARD Jr., Wilson. **A nova mídia**: a comunicação de massa na era da informação. 02. ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2000. 324 p.

FERRARA, Lucrécia D. “Espaço líquido”. In. TRIVINHO, E.; CAZELOTO, E. (org). **A cibercultura e seu espelho**. Campo de conhecimento emergente nova vivência humana na época da imersão interativa. São Paulo: ABCiber, 2009. p.70-78. 166 p.

LATOUR, Bruno. **Ciência em Ação**: como seguir cientistas e engenheiros sociedade a fora. São Paulo: Fundação Editora da UNESP (FEU), 1998

LAZARSFELD, Paul. **Os meios de comunicação coletiva e a influencia pessoal**. In Panorama da Comunicação Coletiva. Rio de Janeiro: Editora Fundo de Cultura, 1964.

LEMOIS, André. **A comunicação das coisas**. Internet das Coisas e Teoria Ator-Rede. Etiquetas de radiofrequência em uniformes escolares da Bahia., in Pessoa, Fernando (org.). Cyber Arte Cultura. Atrama das Redes. Seminários Internacionais Museu Vale, ES Museu Vale, Rio de Janeiro, 2013. 254p. ISBN 978-85-99367-07-0, PP.18-47.

LOGAN, Robert .K. **The Extended Mind**: The emergence of language, the human mind, and culture. Toronto: University of Toronto Press, 2007. 321 p.

LOTMAN, Iuri. **La semiosfera**. Madrid: Cátedra, 1996.

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**:

understanding media. 12. ed. São Paulo: Cultrix, 2002. 408 p.

PRIMO, Alex F. T.; CASSOL, Marcio B. F.. Explorando o conceito de interatividade: definições e taxonomias. **Informática na educação: teoria & prática**: Revista do Programa de Pós-Graduação em Informática na Educação. Porto Alegre: UFRS, [v.2], n.2, p. 65-80, 1999. Disponível em <http://seer.ufrgs.br/index.php/InfEducTeoriaPratica/article/view/6286>. Acessado em: 21 nov. 2012

RECUERO, Raquel. Estudando discursos em mídia social: uma proposta metodológica. **Estudando cultura e comunicação com mídias sociais**, v. 13, 2018.

SANTOS, Milton. **Técnica, espaço, tempo**: globalização e meio técnico-científico informacional. São Paulo: Editora Hucitec; 1997.

Von FOERSTER, H. Construendo una realidad. In WATZLAVICK, P. ET ali. **La realidad inventada**. Barcelona: GEDISA, 2000.

WEBBER, Max. **A ética protestante e o espírito do capitalismo**. 11. ed. São Paulo: Pioneira, 1996.

WFSC - World Foundation for Smart Communities (Fundação Mundial de Comunidades Inteligentes). 2011. Disponível em: <http://www.smartcommunities.org/>. Acessado em: 01/06/2014 às 19h49.

WOLTON, Dominique. **Pensar a comunicação**. Brasília: UNB, 2004. 544 p.

Tarefas da imprensa alternativa na construção da contra-hegemonia na América Latina¹

Alexandre BARBOSA²

Centro Brasileiro de Estudos da América Latina (CBEAL)

RESUMO

Nos primeiros anos do século XXI, a América Latina passava por um ciclo de governos de esquerda e centro-esquerda que configuraram um quadro geopolítico no qual a imprensa alternativa exercia papel relevante que ia desde a defesa dos movimentos sociais até o fortalecimento de uma posição contra-hegemônica destes países em relação ao domínio norte-americano. Este artigo pretende mostrar que, para exercer este papel com autonomia, a imprensa alternativa precisa adotar um modelo de produção jornalístico que se oponha à ideologia positivista e liberal da indústria jornalística.

Palavras-chave: Imprensa alternativa; contra-hegemonia; noticiabilidade; América Latina

Introdução

Onze anos depois da publicação deste artigo no XXXIV Congresso da Intercom realizado em Recife uma atualização não é necessária: a América Latina, essa região geopolítica e ideológica com história comum de Conquista, exploração e tentativas de desenvolvimento segue em ciclos que, dadas as características, mais unem os países que os diferenciam. Quando foi produzido, o artigo debatia um antigo dilema da imprensa das classes trabalhadoras: o modo de produção jornalístico praticado nas redações desta imprensa. As ideias discutidas aqui faziam parte da tese de doutoramento, na época em curso na Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, sob orientação do Prof. Dr. Celso Frederico. A atualização feita para esta publicação foi nas considerações finais, incorporando os resultados alcançados e defendidos na tese de doutorado.

Infelizmente, do ponto de vista do desenvolvimento da imprensa das classes trabalhadoras - qualificadas por outros autores como imprensa das classes subalternas ou até como imprensa alternativa - não houve, nesses onze anos, modificações das questões debatidas nesse artigo.

O dilema referido nesta introdução refere-se ao processo de seleção e construção de notícias. Tanto pela experiência acumulada, como pela formação nos cursos de jornalismo,

¹ Trabalho apresentado no GP Mídia, Culturas e Tecnologias Digitais na América Latina, XI Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Gerente de Assuntos Acadêmicos do Centro Brasileiro de Estudos da América Latina (CBEAL), da Fundação Memorial da América Latina. Pós-doutorando no Departamento de Comunicação da Unesp. É também Doutor em Ciências da Comunicação (ECA-USP), Mestre em Jornalismo Comparado (ECA-USP), Especialista em Jornalismo Internacional (PUC-SP), Jornalista (UMESP). Pesquisador e professor do Celacc (Centro de Estudos Latino-americanos sobre Comunicação e Cultura) e da Escola de Comunicação Pública (CRP-ECA-USP).

tendo como referência o modelo norte-americano de jornalismo, a seleção e a construção de notícias priorizam a singularidade, a novidade, com o maior objetivo de aumentar o índice de audiência (ampliando esse conceito dos veículos eletrônicos para toda a indústria jornalística), ou seja, aumentar o público para viabilizar maiores verbas publicitárias. Transpor esse modo de produção para a imprensa das classes trabalhadoras traz armadilhas como reduzir a narração do fato às seis perguntas do lead sem a necessária contextualização e o detalhamento, os quais o público da imprensa das classes trabalhadoras busca ou é incentivado a buscar.

Outras atualizações poderiam constar, com a incorporação dos estudos decoloniais, como propõe a pesquisa de pós-doutorado em curso no Departamento de Comunicação da Unesp, “Por uma teoria latino-americana e decolonial de jornalismo: critérios de noticiabilidade para um jornalismo integral latino-americano”, cujos resultados serão publicados em breve. Porém, o quadro apresentado nas próximas páginas, as características da imprensa das classes trabalhadoras e a narração dos fatos na imprensa hegemônica seguem atuais e servem como base para a pesquisa de pós-doutorado.

Imprensa das classes trabalhadoras

Historicamente, a imprensa das classes subalternas na América Latina é responsável pelo registro da história das lutas populares. No Brasil, por exemplo, graças aos jornais operários do início do século XX e da imprensa alternativa durante os anos 60 e 70, em veículos como Opinião e Movimento, hoje é possível pesquisar os debates e eventuais vitórias e derrotas das classes populares em suas lutas. Este papel cabe à imprensa alternativa, pois a indústria jornalística, graças ao seu modo de produção e à sua ideologia, como este artigo irá demonstrar, adota critérios de noticiabilidade que ou excluem ou criminalizam as lutas populares. Além disso, como pode ser interpretado a partir dos escritos do pensador italiano Antonio Gramsci, a imprensa organicamente ligada às classes populares organizadas atua no processo de construção da contra-hegemonia.

Em seu tempo, Gramsci via a sociedade civil, estruturada pelo que chamou de aparelhos privados de hegemonia, como alternativa viável de produção de novas hegemonias emancipatórias, na medida em que subentendia um relativo equilíbrio entre esses aparelhos, da igreja laicizada às escolas igualmente laicas, dos sindicatos em ascensão política à imprensa de opinião ainda não totalmente comercializada; em especial na Europa. Ele acreditava ser possível a produção de consensos emancipatórios pela via de uma cultura e uma prática política revolucionárias, ao alcance de um proletariado socialmente majoritário e politicamente educado, graças ao partido de massas – o moderno Príncipe. (RAMOS, 2007: p.37)

Portanto, cabe também à imprensa – caracterizada por Gramsci como imprensa de opinião – ligada às classes subalternas, construir o que Octávio Ianni chamou de “hegemonia alternativa, na qual se expressam as classes e os grupos sociais subalternos em luta para realizar sua vontade coletiva nacional-popular, alcançando a soberania” (IANNI, 2000: p.146).

Porém, como também observa Murilo César Ramos:

o que Gramsci não antecipou foi a rápida e progressiva modificação da imprensa; os jornais de opinião logo perderiam espaço acelerado para os jornais de massa, comerciais, [...] para um rádio e uma televisão igualmente massificados e ainda mais dominados pelo financiamento comercial, atrelado ao consumo capitalista e por conteúdos de lazer catártico tão mais atraentes quanto fossem seus conteúdos ideologicamente alienantes (RAMOS, 2007: p.37)

Portanto, a imprensa das classes subalternas e a indústria jornalística estão em campos opostos na luta hegemônica. Enquanto a indústria jornalística, mesmo de forma aparentemente velada, reforça a ideologia capitalista, coube à imprensa alternativa, por estar associada a quem sofre o domínio hegemônico, a tarefa de resistir.

Na América Latina, essa dicotomia entre essas duas formas de imprensa ocorreu durante todo o século XX (com origens ainda no final do século XIX quando essas nações se formaram) e caminha no século XXI de forma mais acelerada, graças às novas tecnologias de comunicação que permitiram à imprensa alternativa novas formas de se estabelecer.

Nos últimos vinte anos, como mostra o sociólogo português Boaventura de Sousa Santos:

En el subcontinente, más que en ningún otro sitio, se há logrado hacer con éxito un uso contrahegómico de instrumentos políticos hegemónicos como la democracia representativa, el derecho, los derechos humanos y el constitucionalismo. Entiendo por instrumentos hegemónicos las instituciones desarrolladas en Europa a partir del siglo XVIII por la teoría política liberal con vistas a garantizar la legitimidad y gobernabilidad del Estado de derecho moderno en las sociedades capitalistas emergentes. Se trata de instrumentos hegemónicos porque fueron diseñados para garantizar la reproducción ampliada de las sociedades capitalistas de clases y porque son creíbles como garantes de la consecución del bien común, incluso por las clases populares em si afectadas negativamente por ellos. (SANTOS, 2010, p.67-68)

Os movimentos sociais organizados, como o MST no Brasil, o EZLN no México, sindicatos, associações de jornalistas e intelectuais, partidos políticos de esquerda e entidades ligadas aos direitos das minorias, desenvolveram meios de comunicação aproveitando as contradições dos instrumentos hegemônicos da própria burguesia:

El uso contrahegemónico, como su nombre lo indica, significa la apropiación creativa por

parte de las clases populares, para si, de esos instrumentos [entre eles os meios de comunicação] con el fin de hacer avanzar sus agendas políticas más allá del marco político-económico del Estado liberal y de la economía capitalista. Las movilizaciones populares de las últimas décadas por un nuevo constitucionalismo, desde abajo, por el reconocimiento de los derechos colectivos de las mujeres, indígenas y afrodescendientes, por la promoción de procesos de democracia participativa que obren en paralelo [...] las reformas legales orientadas al fin de la discriminación sexual y étnica, el control nacional de los recursos naturales, las luchas para retomar la tensión entre democracia y capitalismo eliminada por el neoliberalismo. (SANTOS, 2010, p.68)

Porém, para a imprensa alternativa efetivamente exercer papel relevante na construção da contra-hegemonia, ela deve se diferenciar radicalmente da indústria jornalística adotando:

- a) um novo processo de seleção e construção das notícias;
- b) uma oposição ao modelo norte-americano de jornalismo, que não se esconde por trás do mito da objetividade e assume abertamente sua ideologia;
- c) uma oposição à ideologia positivista e liberal da indústria jornalística.

Do contrário, a imprensa alternativa pode cair no risco do confronto pela disputa do índice de audiência, o que a levaria ao desgaste financeiro, como foi visto em diversos casos de veículos ao longo da história, que deixaram de circular por não conseguir manter seus custos.

A seguir serão detalhados a ideologia e o modo de produção jornalístico da indústria de comunicação, aos quais a imprensa alternativa deve se diferenciar.

Indústria jornalística: ideologia positivista e liberal

A atual formatação da indústria jornalística tem origem na ascensão da burguesia como classe social e, a partir do final do século XIX e início do século XX, com a expansão capitalista e imperialista, passou a ser dominada por grupos empresariais ou pelos chamados “barões da mídia”, empresários que detinham o controle de vários veículos de comunicação, como, por exemplo, Assis Chateaubriand, no Brasil, que tem seus principais meios de comunicação dominados por famílias como Civita, Marinho, Frias e Mesquita.

Esse DNA da indústria jornalística é fundamental para entender sua prática e seu discurso e dá parâmetros para que a crítica à sua atuação não se confunda com atentados à liberdade de expressão, como os editoriais da própria indústria jornalística tentam pregar.

Muniz Sodré (2009, p. 10-11) mostra que, “ao fincar pé na história como o meio de comunicação preferencial da burguesia, a imprensa mostra-se ideológica em mais de um sentido. [...] Sua modernidade está visceralmente ligada às [...] exigências que mercado livre levava a classe burguesa dominante a fazer a si mesma, desde meados do século XVII.” Sodré entende essa ideologia como “sistema de ideias ou pensamentos organizados, [...] um

instrumento doutrinário diferencial da classe em ascensão, sujeito às distorções da realidade ou dos fatos em favor da vitória na argumentação, [...] significa a luta discursiva que se trava para decidir quem domina”.

Para Sodré, a imprensa serviu aos interesses da burguesia, como classe que desejava tomar o poder de assalto, porque legitimava seu discurso não pela posição que ela tinha na sociedade, mas pela racionalidade que ele encerrava. Ou seja, a imprensa burguesa se colocava no papel de esclarecer o público leitor:

[...] tentando fazer passar uma ideia ou uma causa como indutoras de modernização e progresso. Emergindo historicamente na passagem do Estado absoluto ao Estado de direito, como porta-voz dos direitos (civis) que inauguram a modernidade da cidadania, a imprensa traz consigo a novidade ideológica da liberdade de expressão, mas sem abandonar por inteiro a garantia de alguns velhos recursos mitológicos, a exemplo da construção de uma narrativa sobre si mesma como entidade mítica que administra a verdade dos fatos sociais, e mais, a retórica encantatória na narração fragmentária sobre a atualidade. [...] Uma vez ultrapassada a fase artesanal e publicista, a imprensa passou a oscilar continuamente entre os seus interesses empresariais – dificilmente isentos das tentações da manipulação e da corrupção política – e os fatos relativos à realidade sociopolítica de seu público, sempre cercada pela mística da defesa incondicional dos direitos da cidade regional ou mundial. (SODRÉ, 2009: p.12-13)

Dois aspectos deste raciocínio de Muniz Sodré devem ser detalhados: primeiro, os conceitos de liberdade de imprensa e esfera pública; depois, a mística de ser a administradora da verdade sobre os fatos e a narração mítica e fragmentária dos fatos.

Conceito burguês de liberdade de imprensa

A imprensa se alimenta do conceito de esfera pública. Venício Lima mostra (2010) como esse conceito é um discurso político para garantir a liberdade burguesa diante do absolutismo da nobreza e que hoje é empregado pela indústria jornalística como forma de desqualificar as tentativas de regulação dessa mesma indústria.

Venício Lima cita três pontos do inglês Thomas Paine (1737-1809), que tem sido utilizado no campo das comunicações como defensor da liberdade de imprensa, para mostrar como o conceito de liberdade de imprensa é utilizado de forma errônea. Primeiro: o maior patrimônio dos jornais é a credibilidade; segundo: a expressão “liberdade de imprensa” tem origem na liberdade de imprimir e não tem relação com o conteúdo impresso, portanto a responsabilidade do conteúdo é daquele que escreve e terceiro, a liberdade de imprimir não exime o autor de ser julgado pelo público pelo conteúdo impresso.

O autor destaca que há diferenças históricas entre as circunstâncias que deram origem à expressão liberdade de imprensa a que se vive no Brasil, dois séculos depois. Enquanto os jornais reclamavam o direito de imprimir em meio às revoluções burguesas na Inglaterra e na França, num espírito de combate ao absolutismo da nobreza, “na nossa versão de democracia liberal, a grande imprensa é uma instituição poderosa, concentrada nas mãos de uns poucos grupos empresariais familiares, beneficiária da propriedade cruzada e da ausência histórica de formas democráticas de regulação”. (LIMA, 2010: p. 45).

A regulação do mercado e a democratização dos meios de comunicação atualmente são causas da sociedade civil organizada, que, ao entender que a concentração dos meios de comunicação nas mãos de poucas famílias prejudica o acesso do cidadão a diferentes pontos de vista, propõe a possibilidade de existirem e prosperarem novos veículos de imprensa, nas modalidades impressa, digital e eletrônica (rádios e TVs principalmente). Ao propor a ampliação, os movimentos sociais criticam a forma como são criminalizados pela indústria jornalística, como é o caso do MST no Brasil.

Quando a indústria jornalística lança mão do conceito de liberdade de imprensa para defender seus interesses diante dessa democratização, na verdade está utilizando um conceito descontextualizado, que se referia a uma prática liberal diante do Estado Absolutista que não pode mais ser aplicado.

É dever, portanto, da imprensa alternativa, insistir na aprovação de legislações que ampliem e democratizem a concessão de rádios e TVs e que permitam ao cidadão a possibilidade de criticar e punir as empresas de comunicação que publiquem informações distorcidas em nome de interesses empresariais ou políticos.

Um exemplo de como a indústria jornalística age com a relação aos movimentos sociais, criminalizando suas ações, é a revista *Veja*, da Editora Abril com relação ao MST. A edição de 10 de maio de 2000 da Revista *Veja* traz um texto sobre o MST intitulado “A Tática da Baderna”, que criminaliza as ações do MST e compara um de seus líderes, João Pedro Stédile, ao agente 007, no sentido que ele age criminalmente sem ser punido. Há, inclusive, uma montagem que mistura a foto do rosto de Stédile com o corpo da personagem empunhando uma arma. Após um recurso, em 2005, a justiça de São Paulo entendeu que a Editora Abril “não devia reparação a Stédile” e que a reportagem tinha “interesse público pela verdade dos fatos”.

Os fatos foram considerados verdade pela decisão judicial não só porque foram publicados pela revista como também por outros veículos de comunicação, o que exemplifica a mística da imprensa de ser a administradora da verdade sobre os fatos.

A narração dos fatos na indústria jornalística

A imprensa burguesa, desde os processos que culminaram com as revoluções liberais

inglesa, francesa e norte-americana, se colocou no papel de assegurar ao cidadão (no caso, o cidadão burguês que se sentia oprimido pelo poder absolutista) a representatividade de seus direitos e pensamentos e garantir sua expressão pública.

Essa virtude, decorrente do preceito das liberdades civis instituídas pela Declaração dos Direitos do Homem e do Cidadão, resulta da definição do empenho de liberais [...]. Foi assim que a imprensa livre pôde ser reconhecida como obra do espírito objetivo moderno e, deste modo, constituir um pano de fundo ético-político que tornaria escandaloso para a consciência liberal, em qualquer parte do mundo, o fenômeno do jornalismo sensacionalista, ou tornaria condenável pela consciência moral do jornalista o falseamento ou o encobrimento da verdade factual. (SODRÉ, 2009, p.12-13)

Daí, o conceito que cabe ao jornalismo noticiar uma verdade, reconhecida assim pelo senso comum, desde que o enunciado corresponda a um fato. E, graças aos mecanismos da indústria jornalística, esse fato é selecionado a partir de regras hierárquicas de importância. A notícia, colocada desta forma, se diferencia da opinião e ganha a característica de ser um relato supostamente imparcial e objetivo do fato.

Esse senso comum incorporado pelo jornalismo sobre os fatos é moldado pelo positivismo, doutrina que coincide com a ascensão da imprensa burguesa. Para o positivismo, o fato é uma experiência sensível da realidade, para cada fato, deve corresponder um dado sensível empiricamente observável. A objetividade jornalística decorre de um ideal positivista que define o jornalismo como “espelho do mundo real”.

O jornalismo objetivo teria, portanto, uma reprodutibilidade técnica, que partiria de fatos brutos e que não levaria em conta outros fatores como, por exemplo, a carga histórica do repórter ou as condições em que aquele fato foi observado.

A rotina industrial jornalística requer uma organização dada a superabundância dos fatos, pelo horários de fechamento para a finalização das edições (tanto impressa quanto as online e as veiculadas em rádio e TV) e pela concorrência com outros veículos. Essa organização pressupõe uma hierarquia dos fatos na medida em que alguns são considerados de maior importância e merecem ser publicados naquela edição. Dentro destes, alguns terão ainda maior destaque e ganharão prioridade no tempo ou no espaço destes veículos. Outros fatos serão considerados de menor ou de nenhuma importância e serão descartados.

A escolha entre os fatos já derruba a hipótese da reprodutibilidade técnica do jornalismo, porém, esse espírito positivista está tão ligado à prática jornalística que gerou uma série de teorias que passaram a estudar o porquê as notícias são como são. Essas teorias se opõem à teoria do espelho e consideram que o jornalismo, na verdade, é resultante de uma construção social da realidade.

Durante o século XX, nos EUA, foi desenvolvido o jornalismo que melhor aperfeiçoou sua realização técnica, sua organização capitalista e ideologia liberal. A indústria jornalística norte-americana é voltada para obtenção do lucro, obtido graças aos investimentos de anunciantes de produtos de consumo, interessados nos índices de audiência. Quanto maior o índice de audiência, ou seja, quanto maior a franja do público que aquele veículo consegue alcançar, maior será o preço que ele pode cobrar para abrigar um determinado anúncio.

E a técnica encontrada pela imprensa norte-americana para aumentar o índice de audiência foi aquela do espírito liberal: o de garantia de liberdade e isenção. Ou seja, quanto mais um veículo de comunicação conseguir passar a ideia de que reproduz fielmente os fatos, ou seja, de que se aproxima da verdade dos fatos, sem opiniões ou comentários, maior será sua credibilidade, portanto, maior o índice de audiência.

O jornalismo americano incorporou essa técnica numa forma de narrar que coloca no primeiro parágrafo da notícia os seis elementos considerados essenciais para que o receptor conheça o fato: **o que** aconteceu, **quando** aconteceu, **como** aconteceu, **onde** aconteceu, **por que** aconteceu e **quem** esteve envolvido. Essa técnica é batizada de lide, do inglês lead, que significa a condução do leitor pelo que deve compreender da notícia.

Em tese, se a narração do fato se restringir às seis perguntas, não haveria espaço para opiniões ou comentários. Essa análise imediata não leva em consideração que:

- a) já houve uma seleção anterior de quais fatos seriam ou não transformados em notícia;
- b) após a seleção, a construção do texto leva em consideração outros aspectos, como a hierarquia das respostas às perguntas e que ênfase será dada, ou não, a cada uma delas.

Para Nelson Traquina (2005) os jornalistas empregam dois processos para produzir notícias. Primeiro, selecionam os fatos utilizando óculos (molduras) que “enxergam” algumas coisas e não outras. Depois, a partir dessa seleção, dão determinada angulação na narração do fato. Portanto, segundo Traquina, os jornalistas “operam uma seleção e uma construção daquilo que é selecionado”.

Muniz Sodré entende que, mesmo utilizando o discurso liberal de garantia das liberdades, na essência, a indústria jornalística, principalmente na América Latina, se presta a manter o poder para as classes dominante, afinal a elas pertencem esses veículos de comunicação.

Esta tarefa [de manutenção do poder das classes dominantes] continuamente levada a cabo pela imprensa, tem requerido mitos progressistas capazes de encobrir o jogo de poder que preside à constituição do discurso jornalístico: toda uma parafernália de formas de homogeneização dos discursos sociais e de edição dos acontecimentos a partir de uma cultura eurocêntria e colonial inerente ao nascimento da imprensa moderna. [...] A

ideologia, no limite, assumida pela imprensa industrial como a conhecemos é universalmente burguesa e européia, tecnicamente aperfeiçoada pelos norte-americanos. [...] As reformas gráficas e textuais dos jornais latino-americanos tiveram e continuam a ter como fontes, com raras exceções, os experimentos técnicos levados a cabo pela corporação jornalística nos Estados Unidos. (SODRÉ, 2009, p.12-13)

Entre as formas encontradas para encobrir este jogo pelo poder, Sodré mostra que está a narração mítica e fragmentada dos fatos ao fazer uma comparação entre o texto jornalístico e a narração dos mitos na Antiguidade, que mais revelavam do que explicavam a realidade.

Diante da incapacidade de explicar todos os fenômenos, o homem da Antiguidade narrava acontecimentos que aconteciam em um tempo distante, sem lugar nem tempo precisos e que geravam mitos necessários para a conexão das coisas. Sodré entende que “essa função integradora na narrativa [mítica] continua presente na comunicação do acontecimento, em geral mesclando realidade histórica com imaginário coletivo, como se dava na oralidade clássica.” (2009: p.15)

Além de incorporar os mitos   narração dos fatos, a imprensa, por diversas vezes, fragmenta essa narração em capítulos, tal qual um folhetim, e deixa o receptor encantado, sempre à espera do próximo desfecho.

Nos dois últimos séculos, a imprensa brada que   a defensora dos direitos civis e, com o “respaldo” do argumento da liberdade de expressão, se utiliza de uma suposta isenção e imparcialidade para narrar os fatos. Porém, dentro desta objetividade jornalística está o mesmo material da narração dos mitos da antiguidade para obter laços e conquistar a audiência das massas.

Isto não quer dizer que a construção da notícia, necessariamente, seja manipulação ou mentira, mas, apesar da aposta na neutralidade, utiliza recursos t picos da literatura como apelos à carga emocional e uso de estereótipos para tornar a compreensão daquele fato mais compreensível.

Essa estratégia de narração mítica pode parecer sedutora também para a imprensa alternativa, pois, em tese, facilitaria a compreensão dos fatos. Porém, o que deve diferenciar a imprensa alternativa da indústria jornalística é o modo de produção jornalístico, desde a seleção até a construção das notícias.

O público receptor precisa compreender que aquele meio de comunicação   radicalmente diferente da imprensa ligada às classes dominantes. Se os meios de comunicação ligados a movimentos sociais, sindicatos, associações ou partidos políticos utilizarem a mesma forma de narração da indústria jornalística, caberá apenas   seleção diferenciada da pauta a percepção, por parte do público, que ali está um veículo alternativo.

De fato, uma das características da imprensa alternativa é a de adotar, como categorias

de seleção de notícias, o que a indústria jornalística geralmente não adota. Este é o primeiro dever dos veículos das classes subalternas.

No caso da América Latina é dever da imprensa alternativa manter como categorias de seleção de notícias: o processo de reparação dos crimes cometidos pelas ditaduras militares nos anos 60 e 70, principalmente sobre os desaparecidos políticos; a luta pela reforma agrária, nos diversos países em que ela não aconteceu; as condições de trabalho no campo e na cidade; as manifestações de preservação do folclore; o debate sobre eventos da história latino-americana como as revoltas indígenas, o processo de independência, as lutas operárias como a que resultou no massacre de Santa Maria de Iquique, entre outras pautas.

Porém, é preciso lembrar que em muitos casos, tanto a indústria jornalística quanto a imprensa alternativa cobrem o mesmo fato. A diferenciação entre os dois modos de produção está na abordagem e na construção da notícia.

Cabe à imprensa alternativa a tarefa de tirar o fato de sua condição mítica e apresentar os contraditórios e a contextualização. Não basta apresentar apenas os “dois lados da notícia” como diz o jargão tradicional da imprensa burguesa. Se os textos são ideológicos, ou seja, são resultados da disputa em torno da produção do sentido, da seleção de um ponto de vista que exclui outro, a abordagem (angulação, ponto de vista) escolhida deve ficar evidente para quem recebe aquela informação.

A contextualização detalhada e apresentação da ideologia que levou àquela abordagem da construção da notícia pode tornar o texto denso e, em tese de difícil compreensão. Porém, movimentos sociais com origem no campo, como o MST e EZLN conseguiram criar importantes veículos de comunicação.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Na tese defendida no Programa de Pós-Graduação da Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo, sob orientação do Prof. Dr. Celso Frederico, observou-se que o processo de comunicação do MST soube utilizar outras formas de narração que não as da imprensa burguesa e, além disso, houve a compreensão que a comunicação pode ser uma forma de produção contra- hegemônica, inclusive com a formação dos quadros de militantes.

O que faz com a comunicação do MST com sua base ser eficiente é que ela se diferencia da produção jornalística da indústria jornalística, desde a seleção, até a construção das notícias. A redação das notícias, tanto no Jornal Sem Terra, como nas rádios comunitárias, incorpora a cultura popular dos agricultores como forma de ampliar a compreensão e a contextualização dos fatos. Assim, mesmo que elementos literários sejam utilizados no texto, isso não os torna míticos na medida em que há profunda conexão entre os fatos por meio de explicações

históricas.

No início dos anos 2000, diante do crescimento do agronegócio, a reforma agrária reivindicada pelo MST foi ampliada da distribuição de terras improdutivas e devolutas para uma alteração da política de agricultura, que passa pelos conceitos de soberania alimentar e agricultura sustentável.

Como esses conceitos exigem uma formulação teórica mais elaborada para serem comunicados tanto para sociedade civil, incluindo os trabalhadores rurais que não estão ligados ao MST, como também para a base do movimento, houve a necessidade de elevação da consciência crítica.

Da mesma forma que o Movimento ocupou latifúndios improdutivos, como uma nova forma de luta pela reforma agrária, o MST soube recriar novas formas de luta política, incluindo a utilização dos diversos meios de comunicação disponíveis, desde jornais, passando pelas rádios comunitárias até a Internet e as redes sociais que surgiram no início do século XXI. Para ocupar esses meios de comunicação, o MST incluiu a mística do camponês na concepção dessa comunicação e, para levá-la adiante, investe num processo de formação dos militantes.

A comunicação sempre foi considerada instrumento para a formação dos militantes. Na atualidade do MST, essa capacidade de formação ganha ainda mais importância na medida em que o movimento vê a necessidade de elevar a consciência crítica dos trabalhadores rurais em uma época de mudança do conceito de reforma agrária.

Ao utilizar o que Movimento chama de mística e ao incluir a cultura popular camponesa no modo de produção jornalístico, a comunicação do MST consegue impulsionar os militantes à luta, mas para que as bandeiras do MST possam ganhar mais visibilidade essas formações poderiam ser ampliadas, e não apenas no nível técnico, mas também nos ensinamentos básico e superior.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARBOSA, Alexandre. **A Comunicação do MST: uma ação política contra-hegemônica** / Alexandre Barbosa ; orientador Celso Frederico. - São Paulo, 2013. 239 f. : il. Tese (Doutorado)-- Universidade de São Paulo, 2013.

GENRO FILHO, Adelmo. **O segredo da pirâmide**: para uma teoria marxista do jornalismo. Porto Alegre: Tchê, 1987.

IANNI, Octávio. **Enigmas da modernidade-mundo**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2000.

LIMA, Venício Artur. **Liberdade de expressão e liberdade de imprensa**: direito à comunicação e democracia. São Paulo: Publisher, 2010.

OLIVEIRA, Dennis. **Jornalismo alternativo, o utopismo iconoclasta**. São Paulo: SBPjor. VII Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, USP, 2009.

RAMOS, Murilo César & SANTOS, Suzy dos. (Orgs.). **Políticas de comunicação**: buscas teóricas e práticas. São Paulo: Paulus, 2007.

SANTOS, Boaventura de Sousa. **Refundación del Estado en América Latina**: perspectivas desde una epistemología del Sur. Bogotá: Siglo del Hombre Editores, Universidad de los Andes; Siglo Veintiuno Editores, 2010.

SODRÉ, Muniz. **A Narração do Fato**: notas para uma teoria do acontecimento. Petrópolis, RJ: Editora Vozes, 2009.

SOUSA, Jorge Pedro. **Teorias da Notícia e do Jornalismo**. Chapecó: Argos, 2002.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo**. A tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional. Florianópolis: Insular, 2005.

O resgate dos encontros comunicacionais nas “Ágoras” pelas comunidades virtuais¹

Jaqueline da Costa BUENO²

ISCTE - Instituto Universitário de Lisboa

RESUMO

Este artigo promove uma reflexão sobre as questões que envolvem as comunidades virtuais que se transformam do ciberespaço para as comunidades nas praças, shoppings, eventos, festivais, festas reuniões sociais e profissionais, resgatando assim a idéia das antigas Ágoras gregas, era o nome que se dava às praças públicas na Grécia Antiga. Utilizou-se como ponto de partida os conceitos de comunidade, Identidade, quotidiano, cibersocialidade e tribos. Distante da pretensão de contemplar todos os aspectos das comunidades existentes, o estudo procurou contextualizar os encontros e as novas formas de relações sociais quotidianas surgidas a partir da esfera da revolução tecnológica pós-moderna.

Palavras-Chave: Comunidade, Tribos, redes sociais

Introdução

A palavra “comunidade” alude coisa boa, pois remete ao “comum a”, a solidariedade, nela pode-se contar com a colaboração voluntária dos outros, é um mundo que não está lamentavelmente ao alcance de todos. O apego pela comunidade está diretamente ligado a perda da liberdade, esse processo acaba gerando uns dos dilemas mais significativos para compreensão das comunidades virtuais da contemporaneidade. Paradoxalmente, almejamos e resistimos à segurança coletiva, em prol da liberdade individual. Segundo Bauman (2003), a idéia de comunidade foi destruída, a de comunitarismo como “pertencer a” continua um processo em nossa sociedade que estaria orientado, segundo o autor, nas duas formas de autoridades possíveis no mundo contemporâneo: a autoridade dos especialistas e a autoridade numérica.

Essa autoridade dos especialistas por sua vez é geralmente a classe que tem acesso aos bens culturais e a autoridade numérica uma categorização econômica que já não dá mais conta de explicar a realidade, procura estabelecer marcos explicativos que dêem conta da multiplicidade dos entes sociais. Essas grandes massas, resultantes da desarticulação de sua organização em termos de comunidade, inventaram historicamente como substituição o conceito de “identidade”, em que o pressuposto de ser diferente acaba gerando um processo de

¹ Trabalho apresentado no GP Mídia, Culturas e Tecnologias Digitais na América Latina, XI Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Doutoranda em Ciências da Comunicação pelo ISCTE - Instituto Universitário de Lisboa - Portugal - 2022.
E-mail: jacbueno.pt@gmail.com

distanciamento, separação e divisão cada vez maior entre as pessoas, causando assim, a criação dos grupos seletos de pessoas dentro de uma sociedade.

Entretanto, a separação das pessoas nas comunidades cercadas e controladas eletronicamente é antítese da desindividualização porque hipoteticamente não se pode viver só nas redes, daí a importância das comunidades virtuais se multiplicarem e se juntarem ainda mais, com a finalidade de tentar resgatar os “encontros” onde são estabelecidas as relações afetivas no espaço físico.

É fato que existem as novas elites nas comunidades seletas, grupos de pessoas que se enclausuram em seus próprios mundos, egoísmo e individualismo são as palavras que classificam essas comunidades, Bauman nos fala do “cosmopolitismo” individualista:

“o ‘cosmopolitismo’ da nova elite global é certamente *seletivo*. É singularmente inadequado para o papel de ‘cultura global’... O estilo de vida ‘cosmopolita’ dos novos atores em secessão não foi feito para imitação das massas, e os ‘cosmopolitas’ não são apóstolos de um modelo novo e melhor de vida, nem são a vanguarda de um exército em marcha” (BAUMAN, 2003 p. 54)

O individualismo cosmopolita é diagnóstico da realidade convincente e seus efeitos perversos são perceptíveis em nosso cotidiano, restam duas questões a serem respondidas: se podemos (em termos teóricos e práticos) e se devemos (em termos ético-morais) reconstruir a idéia de comunidade no sentido do compartilhamento das coisas comuns, residindo aqui, talvez, o principal desafio destas reflexões teóricas neste texto, ou seja, a implementação prática do mesmo.

Durante todo o percurso, destacaremos o resgate a esses “encontros” pessoais e na “desindividualização” das comunidades, ou seja, os guetos, as tribos das comunidades virtuais. Os guetos constituem-se na materialização desse processo, e não obstante suas múltiplas formas e possibilidades, podem ser ordenados segundo duas macrodistinções: os guetos “voluntários” e os “verdadeiros”. Em linhas gerais, os guetos caracterizam-se pelo confinamento espacial ou neste caso virtual, combinado com a idéia de fechamento social, ou seja, a construção de uma homogeneidade dos “de dentro” e de uma heterogeneidade dos “de fora”.

A diferença entre ambos está no fato de que, enquanto nos guetos voluntários as pessoas querem ficar (na rede), nos guetos verdadeiros as pessoas não podem sair (espaço, lugar). O isolamento, em ambos os casos, perpetua e exacerba-se a cada momento. Pois a vida no gueto

não sedimenta a comunidade porque no primeiro caso amplia a individualização e no segundo, a partilha do estigma do estar “offline” isto é fora do mundo virtual.

As Comunidades Virtuais e os ciberespaços

Se “comunidade” já sugere coisa boa, imaginemos a “comunidade virtual”, o que vem a mente de alguns é a idéia de liberdade, segurança, tranquilidade e uma série de sentimentos positivos, porém essas novas formas urbanas, criadas a partir de ambientes renovados estão se modificando aos poucos, pode até ser ainda imperceptíveis as pessoas, pois o que se tem hoje, através do desenvolvimento e utilização das aplicações geradas nas comunidades virtuais é uma intensificação das interações “online” que Castells (2003) designa de “hipersociabilidade”.

No sentido hiper, os utilizadores redescobrem as potencialidades das comunidades suportadas pelo interesse comum, procurando intensivamente restabelecer os laços e relações perdidas. Agora conectadas ao mundo através de comunidades diversificadas, constroem a partir delas experiências individuais mais profundas, partilhando-as com os demais membros e contribuindo para um aumento da qualidade da experiência e melhoria das relações, podemos citar as redes sociais como exemplo. Nesta lógica construtiva, o conhecimento e informação emanados dos contatos entre membros seriam responsáveis pela construção do conhecimento coletivo nos espaços virtuais.

Segundo Bruns (2008) “Há muitas pessoas nestes espaços procurando segurança na coletividade, por isso, estabelecem outro espaço da invenção coletiva”, sabem que a competição é impossível, prevenindo assim desgastes, procuram se aglomerar todos juntos. Contudo nestas aglomerações quotidianas a alta tecnologia está presente, o que vem fazendo que se exponham cada vez mais, refletindo no seu convívio social, a internet por sua vez, interliga em todos os lugares, causando um efeito de onipresença, isto é, significa que a possibilidade de se está em vários lugares ao mesmo tempo dá uma sensação de autonomia e poder absoluto de si e dos outros.

Com esse efeito onipresente, não há separação da casa e do trabalho, as pessoas não precisam morar nas grandes cidades para se manterem informadas, isso é facilmente conseguido com as novas tecnologias. Por outro lado, temos o impacto negativo, as pessoas deixam de ter um convívio social sólido, como por exemplo, nas relações afetivas que é essencial, mesmo que:

“seja apenas para apreciar suas novas orientações (ou re-orientações), retornar à forma pura que é o **estar - junto à toa**. Com efeito, isso pode servir de pano de fundo, de elemento revelador para os novos modos de vida que renascem sob nossos olhos. Nova rodada do jogo que diz respeito à

economia sexual, à **relação com o trabalho**, à **repartição da palavra**, ao **tempo livre**, à solidariedade nos reagrupamentos de base.” (MAFFESOLI, 2006 p. 141, grifo nosso)

A sociedade assim compreendida, não se resume em uma mecanicidade racional qualquer. Ela vive e se organiza, no sentido estrito do termo, através dos reencontros, das situações, das experiências no seio dos diversos grupos a que pertence cada indivíduo Maffesoli (2006), fala de uma sociedade estruturada através da conectividade generalizada, que se preocupa apenas com o presente vivido coletivamente. É preciso atentar sobre os impactos causados na família dentre eles, pode-se destacar a ameaça de valores, onde o computador acaba tirando um pouco do convívio em família. A internet, por exemplo, possui informações maléficas, que muitas vezes as crianças acabam tendo acesso, “mundo animal” e grotesco o qual todos acessam e são cúmplices dessa vida e de suas ações nela.

Ainda segundo Maffesoli, 2006 p.154:

“Talvez não devêssemos ter medo de dizer, com uma vida um tanto animal. Eis aí o que nos lembra a lógica das redes que está se impondo nas massas contemporâneas. A impessoalização, melhor seria dizer a desindividualização, assim induzida é, aliás, perceptível no fato de que cada vez mais as situações são analisadas a partir da noção de atmosfera.”

Essa noção de atmosfera que Maffesoli (2006) nos fala é aquela que nos impulsiona a adquirir um aparelho eletrônico de última geração sem necessitá-lo, as pessoas adquirem novas tecnologias sem, no entanto, ter uma aplicação para elas, as chamadas futilidades, isso acontece às vezes pela pressão do próprio mercado ou simplesmente para manter uma imagem perante a sociedade, o “status”. É notável como está presente na vida e no cotidiano das pessoas, o vínculo de dependência com a tecnologia onde a privacidade pode ser facilmente invadida.

O “Cibertudo”

Atualmente o prefixo cyber, ou ciber está em quase tudo: cyber punk, ciber-sexo, ciberespaço, ciber-moda, ciber-raves, etc. Cada expressão forma, com suas particularidades, semelhanças e diferenças, o conjunto da cibercultura. As tribos cyberpunks, as comunidades virtuais, “raves” (festas tecno), Cosplay (encontros ou festas com fantasias de personagens preferidos das histórias em quadrinhos dos anos 70) e o fanatismo tribal dos adeptos dos jogos

eletrônicos se tornam justificativas para encontros da cibercultura que na visão de Pierre Lévy (1999) é como um conjunto de técnicas, de práticas, de atitudes, de modos de pensamento e de valores que se desenvolvem juntamente com o ciberespaço.

O termo, que para ele, também define um novo meio de comunicação fruto da interconexão mundial dos computadores, não se limita apenas à infra-estrutura material da comunicação digital, mas contempla todo o universo de informação que ela agrega, incluindo os seres humanos que navegam e alimentam esse universo, assim também pode ser vista a relação entre as redes de computadores e o ciberespaço. O autor descreve este movimento social que constitui o ciberespaço como “prática de comunicação interativa, recíproca, comunitária e intercomunitária [...] no qual cada ser humano pode contribuir”. Lévy (1999). Além disso, o ciberespaço já não possibilita limites, como idade e gênero para a participação e o reconhecimento dos sujeitos pertencentes ao grupo.

O ciberespaço proporciona liberdades aos indivíduos, que criam personalidades, através de representação e encenação do eu, o que alarga a complexidade e as fronteiras de entendimento do que se pode caracterizar como categorias antes vistas como mais delimitadas, como é o caso da noção de juventude. O relacionamento de informações torna o espaço mais relevante à medida que ele se torna um nó de informações. Desta forma, o espaço físico está paulatinamente sendo inserido no contexto da cibercultura e, com isso, reconfigurando as características da interação na rede.

A Exclusão nas Comunidades Virtuais

Se pensarmos na virtualização não como algo novo, mas antes como um “potencial de atualização” da realidade humana, então percorreremos em todas as culturas e encontraremos nas sociedades antigas, processos de “virtualização” da realidade, na medida em que atualizaram formas tradicionais de percepção, atribuição de sentidos, leituras do mundo à sua volta, ao firmarem no cálamo ou na tábula de argila, os pilares da escrita manuscrita, os povos fenícios e mesopotâmicos gestavam também uma “atualização” das suas formas tradicionais de leitura e apreensão da realidade.

Instauravam formas novas de significação do mundo, abriam as trilhas para a interpretação hermenêutica, para a crítica, para a organização do estado e da ciência moderna. Eis que vivenciamos na era digital, uma nova atualização das formas tradicionais de encontros e socializações bem como decisões sócio-políticas. É nesse contexto em que se ampliam as formas desses “encontros” nas praças, nos shoppings, nas festas, enfim, nos lugares públicos. Os

protagonistas dessa nova modalidade são as redes, aliadas a um ingrediente fundamental que são a significação e ressignificação da realidade.

Nessa perspectiva de discussão sobre as redes Castells (2003) discute que “uma rede é um conjunto de nós interconectados”. A formação em redes é uma prática humana muito antiga, mas as redes ganharam vida nova em nosso tempo transformando-se em redes de informação energizadas pela Internet, com essa concepção, a flexibilidade é mencionada por Castells como uma forte vantagem das redes, enquanto ferramentas de organização das comunidades. Nesse contexto, segundo o autor, a Internet tornou-se a principal ferramenta para uma nova sociedade, “a sociedade em rede”, impulsionando a criação de uma nova economia e quebrando antigos paradigmas da comunicação. Sendo assim, a Internet é um meio de comunicação que permite, pela primeira vez, a comunicação de muitos com muitos, num momento escolhido, em escala global.

Nessa perspectiva, apoiando neste aporte teórico podemos hipoteticamente afirmar que, redes podem ser articulações de grupos, guetos ou “tribos”, que detém uma autonomia limitada, já que estas remetem a um projeto deliberado de organização da ação humana, um padrão de integração que instiga atores sociais a investirem, na busca de resultados, e na promoção de transformação da realidade, com base no livre fluxo de informação, além de ações cooperativas e participativas, voltadas à realização de ideais coletivas.

Há aqueles que defendem que estamos em um processo de democratização, porém as facilidades dos encontros virtuais e a troca de informações nas redes só se concretizarão como democracia, quando o acesso à tecnologia for realmente democrático, enquanto a exclusão de alguns grupos sociais existirem, teremos as desigualdades nas “tribos” que em um dado momento podem ser a elite e em outro os “desprivilegiados”, pois:

“A influência das redes baseadas na Internet vai além do número de seus usuários: diz respeito também à qualidade do uso. Atividades econômicas, sociais, políticas e culturais por todo o planeta estão sendo estruturadas pela Internet e em torno dela, como por outras redes de computadores. De fato, ser excluído dessas redes é sofrer uma das formas mais danosas de exclusão em nossa economia e em nossa cultura”. (CASTELLS, 2003, p.8).

Entretanto vimos que as comunidades virtuais por si só, não trazem apenas benefícios, mas também gera conflitos e tensões causadas pela abstinência virtual. Há autores que comparam a desigualdade social no acesso e domínio da tecnologia, com a desigualdade do acesso à leitura e escrita nos tempos antigos.

Antigamente, apenas os “escribas” e uma pequena minoria dominavam a leitura e a escrita. Assim somente eles tinham acesso aos livros e obras, dominando e centralizando o conhecimento, enquanto a grande maioria da população possuía apenas o conhecimento da comunicação oral passada de pais para filhos. Hoje, apesar da rápida expansão da informática, enormes contingentes da população mundial não têm acesso a tais tecnologias.

Encontros das Comunidades Virtuais – Resgate as Ágoras

Antes de adentrarmos em algumas reflexões sobre os “encontros” das comunidades virtuais é preciso relembrar em sua essência histórica das praças (Ágoras), para tal apoiaremos principalmente em autores como Benevolo (2003) e Mumford (1998), que falam da evolução da praça ao longo do tempo. No primeiro momento retomaremos à civilização grega, denominada o berço da democracia, política, filosofia e conhecimento. Na Grécia a cidade era dividida em duas partes, a *acrópole*, lugar dos templos dos deuses, e a *astu*, lugar onde se desenvolviam os comércios e as relações civis, e onde estava localizada a praça.

A Ágora aqui revisitada, era o nome que se dava às praças públicas na Grécia Antiga. Nestas praças ocorriam reuniões onde os gregos, principalmente os atenienses, discutiam assuntos ligados à vida da cidade (pólis), como também as assembleias que aconteciam na Ágora e os gregos podiam decidir sobre temas ligados a justiça, obras públicas, leis, cultura, etc. Os cidadãos votavam e decidiam através do voto direto. Era um espaço público de debates para os cidadãos gregos, também possuía finalidades religiosas (eventos, cerimônias) e econômicas (negociações, acordos econômicos, comércio de mercadorias, etc.).

Nesse período a praça contemplava duas funções básicas, sendo a primeira a de comércio e mercado, e a segunda como um local de reunião, se discutia sobre política, ouvia decisões e deliberações dos chefes, assembleia publica da população e era onde o cidadão grego convivia com o outro. Apesar de desenvolver a mesma função e possuir a mesma morfologia, na Grécia tal espaço possuía uma nomenclatura diferente, eram as denominadas ágoras gregas, conforme Ferreira (1987) “Ágora”. (Do gr. ágora) S.F. Praça das antigas cidades gregas, na qual se fazia o mercado e onde se reuniam, muitas vezes, as assembleias do povo. ”¹

As decisões políticas, principalmente em Atenas, cidade onde surgiu a democracia grega, eram tomadas na Ágora. Nela se localiza um relógio de água chamado clepsidra (aproximadamente 400 a.C.) que era usado para controlar o tempo dos debatedores. Além do relógio, chama atenção uma urna esculpida em bronze, que era usada nos pleitos da época. O

¹ Novo Dicionário da Língua Portuguesa - Aurélio Buarque de Holanda - 1987.

principal edifício da área é o templo de Hefesto, construído em 449 a.C. Local onde o público e o privado se encontravam na pólis ateniense, onde o espaço físico e o espaço político revestiam-se, em um mesmo momento, da potencialidade de fazer funcionar a democracia ateniense.

Ágora parece carregar consigo o poder de condensar a diversidade de interesses e a unidade da polis, seu significado encerra o respeito à diversidade e a possibilidade da ação conjunta. O longo caminho evolutivo transportou-nos para o planeta globalizado que hoje habitamos, com as mesmas praças:

“a Ágora antiga, ou mais próxima de nós, a passagem italiana, o passeio vespertino, no sul da França, apresenta as mesmas características, e constituem lugares não negligenciáveis de sociedade.” (MAFFESOLI, 2006 p. 168)

A possibilidade dos encontros coletivos envolvendo as comunidades virtuais pode estar subitamente vinculada aos lugares, pois à medida que redes *Wi-Fi* começaram a transportar a Internet de cubículos para encontros nos espaços públicos, como livrarias, cafés, parques e praças, estes começaram a se transformar. A Internet começou a ser acessada em *Iphones*, *Ipads* e outros dispositivos com acessos a rede, contudo podemos afirmar hipoteticamente que a tecnologia *wireless* está trazendo de volta este público para fora das casas, em um movimento cíclico.

Esse movimento “geográfico e de recompensa” como aponta Maffesoli (2006) neste contexto, faz com que os indivíduos se comuniquem de onde estiverem e troquem informações das suas posições, em seguida há possibilidades de “encontros” em algum lugar público como um Shopping Center ou uma festa Cosplay, por exemplo. Trocam informações de forma viral e se encontram fisicamente, o lugar e o encontro presencial são elementos novos na sociabilização da cibercultura, estes elementos são mais ligados ao mundo pré-internet e que agora são potencializados e amplificados.

Entretanto essa ampliação insere-se dos sistemas de localização geográfica em uma grande quantidade de dispositivos, a “ligação” dos espaços físicos e virtuais se eleva a outra dimensão. A informação constante das coordenadas geográficas realiza uma conexão constante entre a posição física do indivíduo e informações no ciberespaço. Isso desencadeia uma grande quantidade de relações inéditas aos sistemas comunicacionais já existentes e a criação de outros.

O serviço de *microblog Twitter / Gettr*¹ recebe outro elemento quando se tem a noção de quem está fisicamente próximo. As fotos tiradas nestes aparelhos com GPS podem receber meta-dados contendo as coordenadas geográficas e utilizar um novo critério de organização e relação em sites como o Flickr. Já redes sociais como Facebook já são elaboradas com as informações que cruzam os ‘meta-dados’ para que todos se localizem de acordo com sua região geográfica e outras informações relevantes. Neste último exemplo, os indivíduos são constantemente monitorados em um mapa por amigos que tenham permissão para receber e transmitir esta informação.

A informação do local físico onde a pessoa está também pode liberar, em muitos casos, todas as outras informações como sexo, idade e aparências estéticas, que ainda possuíam certa proteção na rede. Contudo estes dados ajudam a promover os encontros fora da rede:

“Ao mesmo tempo, tal amontoado apresenta sutis diferenciações, e as preferências quanto às roupas, ou quanto aos hábitos sexuais, aos esportes, aos bandos e aos próprios lugares não deixam de dividir o território, recriando, assim, um conjunto comunitário com funções diversificadas e complementares.” (MAFFESOLI, 2006 p. 168).

Estas evidências somadas a várias outras que começam a se desdobrar são baseadas em uma das fronteiras intocadas no ciberespaço que é a localização física. Assim como outras informações do âmbito privado que se tornam públicas sem a nítida percepção do indivíduo, este novo dado pode ser ainda mais complexo do ponto de vista da privacidade, pois o que se faz nas comunidades virtuais reflete claramente na vida social de cada indivíduo. Segundo Bill Gates² os comentários estridentes continuam e isso destrói o sentido de comunidade.

Considerações finais

As comunidades virtuais podem não ser as soluções para os problemas do mundo contemporâneo. Como qualquer outra comunidade apresenta qualidades e problemas, a tão ‘querida’ liberdade na Internet pode ser tanto positiva quanto negativa, entretanto pode proporcionar amizades duradouras, tolerância e até amor, pois os indivíduos se comunicam de onde estiverem e trocam suas angústias, seus prazeres e seu sucesso. Embora o que se vê é que

¹ Gettr é uma rede social lançada em 2021, em formato de microblog semelhante ao *Twitter*, mas com uma proposta diferente. Criada por Jason Miller, ex-assessor do ex-presidente dos EUA, Donald Trump, ela se vende como um espaço que concede total liberdade de expressão aos seus usuários, rejeita a “cultura do cancelamento” e de censuras políticas e serve como uma alternativa às big techs.

² A estrada do futuro. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

essa troca virtual não satisfaz por completo as comunidades, há um rompimento dessas barreiras eletrônicas, as pessoas quebram as muralhas trazendo esses “encontros” que outrora era somente virtual, mas que nos dias atuais é imprescindível que sejam em espaços físicos.

Esses espaços físicos a que chamamos de praças como as Ágoras Gregas são resgatados pelas comunidades virtuais, citamos como exemplo os locais desses “encontros” eventos, Shopping Centers, praças, parques, bares e festas, onde as pessoas carentes podem encontrar suporte emocional e respostas para suas angústias, pessoas tímidas podem engajar-se em frutíferas conversações e desenvolver fortes relações. A sociedade ‘fluida e líquida’ que Bauman (2003) relata não agüenta mais o confinamento no mundo virtual e querem relações “fora das redes”, mesmo fluidas e líquidas, mas que sejam no mundo real.

Por fim, um fenômeno social ainda recente que parte das comunidades virtuais para as comunidades das praças, resgatando a idéia das Ágoras gregas e que apresenta inúmeros desafios, portanto exige-se um novo olhar diante das múltiplas possibilidades de pesquisa, é preciso desconstruir os pressupostos convencionais de investigação e estudar esses novos fenômenos como sendo um acréscimo às possibilidades interativas digitais.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BAUMAN, Zygmunt. **Identidade**. Tradução: Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro, Editora Jorge Zahar, 2004.

BAUMAN, Zygmunt. **Comunidade** – A busca por segurança no mundo atual. 1ª Edição. 2003. Rio de Janeiro: ZAHAR Editora

BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade líquida**. Jorge Zahar. Rio de Janeiro. 2001.

BENEVOLO, Leonardo. *História da Cidade*. 3. ed. São Paulo: Perspectiva, 2003.

GATES, Bill. **A estrada do futuro**. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

BHOM, David. **Diálogo: comunicação e redes de convivência**. São Paulo: Palas Athena, 2002.

CASTELLS, M. **A era da intercomunicação**. Le Monde, (24), 2006.

_____. Manuel. **O poder da identidade. A era da informação: economia, sociedade e cultura**. Volume II. Tradução: Alexandra Lemos. Lisboa: Editora Fundação Calouste Gulbenkian, 2003.

_____. Manuel. **A sociedade em rede**. Vol. 1. 7 ed. São Paulo: Paz e Terra, 2003.

_____. **A galáxia da internet: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.

FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. **Novo Dicionário da Língua Portuguesa**, 2ª edição, 1987.

MAFFESOLI, M. **A conquista do presente**. Rio de Janeiro: Rocco, 1984

MAFFESOLI, M. **O tempo das tribos**: O declínio do individualismo nas sociedades de massa. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2000.

_____. Michel. **A vida quotidiana**. In: Cyber Socialidade, tecnologia e vida social na cultura contemporânea 2006.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1997.

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. São Paulo: Cultrix.1989.

MEYROWITS, Joshua. **As múltiplas alfabetizações Midiáticas**

<http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/famecos/article/viewArticle/287>

MUMFORD, Lewis. *A Cidade na História*. 4 ed. São Paulo: Martins Fontes, 1998.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 2002.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 1999

_____. Pierre. **A Conexão Planetária**: o mercado, o ciberespaço, a consciência. São Paulo: Editora 34, 2001

PERUZZOLO, A. C. **A Comunicação como Encontro**. EDUSC, Bauru: 2006

PARTE 2 |



- *Identidade Cultural*
- *Cidadania Comunicativa*
- *Interatividade*
- *Ecologia xamânica comunicativa*
- *Comunicação e Educação*

AMÉRICA LATINA, CIDADANIA COMUNICATIVA E SUBJETIVIDADES EM TRANSFORMAÇÃO: configurações transformadoras em uma época de passagem¹

A. Efendy MALDONADO²
PPGCC-UNISINOS

RESUMO

O texto aborda o processo de transformações socioculturais no âmbito latino-americano das duas últimas décadas. Apresenta as reestruturações estratégicas da nova ordem política da região. Descreve os processos comunicacionais inovadores de caráter macro, configurados na *TeleSUR* e na *TAL - Televisión América Latina*. Propõe interpretações críticas desses processos na perspectiva da compreensão empírica das mudanças sociocomunicativas, na conjuntura de passagem de uma realidade de subserviência neocolonial para uma de constituição de autonomias, fortalecedoras de governabilidades independentes e colaborativas. Na dimensão teórica, propõe uma reflexão sobre a necessidade de estruturação dos conceitos de *movimentos sociocomunicacionais* e *sujeitos comunicantes* para as linhas de pensamento e pesquisa que trabalham as relações entre comunicação, cidadania, tecnologias e cultura.

Palavras-chave: América Latina, cidadania comunicativa, movimentos sociocomunicacionais e sujeitos comunicantes.

Reestruturações estratégicas

A América Latina, na segunda década do século XXI, continua mostrando um dinamismo singular na renovação social, cultural e política. A fundação da Comunidade de Estados Latino-americanos e do Caribe (CELAC), em dezembro de 2011, deu continuidade ao processo de fortalecimento da UNASUL (União de Nações de América do Sul) e do MERCOSUL. Esses arranjos multinacionais constituem premissas necessárias para desenvolver as relações entre os países da região fora dos esquemas de protetorado e do neocolonialismo (OEA; ALCA), desenhados pela hegemonia estadunidense no século XX (MATTELART, 2008). Na atual conjuntura de transformações, os principais programas, estratégias, orientações e projetos são definidos e realizados a partir dos foros latino-americanos (UNASUL, MERCOSUL, CELAC). Entre 2010 e 2012, esse processo foi qualificado mediante a inter-relação entre governos democráticos, independentemente de sua identidade política em cada país. Nesse sentido, são ilustrativos os casos dos presidentes Santos (Colômbia) e Pinheira (Chile), que demonstram como a direita constitucionalista compreendeu a importância da autonomia e da cooperação latino-americana, que foi estruturada inicialmente a partir dos governos democráticos de esquerda desde 1999. Essa gestão intergovernamental na América do Sul,

¹ Trabalho apresentado no GP Mídia, Culturas e Tecnologias Digitais na América Latina, XI Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Docente do PPGCC-UNISINOS.

cidadania política concreta, exercida em termos macroestruturais pelos estados, é um sintoma do processo de maturação política que as classes, em especial as populares e as elites renovadoras, construíram na confrontação aos modelos de governo tradicionais

A *democracia restrita* desenhada pelos tecnocratas neoliberais no período posterior às ditaduras fracassou na América Latina e continua produzindo graves estragos no México (NAFTA, massacres, genocídio, corrupção), na Colômbia (guerra: quatro milhões e meio de refugiados: recorde mundial, massacres, desaparecidos), em Honduras (violência extrema, autoritarismo, corrupção, repressão), na Guatemala (massacres, racismo, segregação) e no Paraguai (narcotráfico, autoritarismo, corrupção). Não obstante a gravidade dessas situações, as configurações cidadãs e políticas contemporâneas possibilitam exercícios, vivências e estratégias de cidadania fortalecidas, para enfrentar o *neocolonialismo*, as *necropolíticas*, os *neofascismos* e o *neoliberalismo* perverso e empobrecedor. É assim que, tanto nos países em estágios mais críticos quanto naqueles em que essas situações se apresentam menos desestabilizadas, os *movimentos sociocomunicacionais* e as organizações populares confrontam os modelos tradicionais das oligarquias e da cultura da morte.

A reação neoconservadora/neoliberal, que foi-se instaurando na América Latina em meados da segunda década do século XXI, foi perdendo força em um lapso curto de tempo, apesar de todo o apoio dos governos dos Estados Unidos, com suas agências de espionagem, de intervenção política e de formação de quadros subservientes captados nas elites e nas classes médias latino-americanas. Na área econômica, implementaram estratégias neoliberais de redução agressiva dos benefícios e da responsabilidade social, mediante planos e programas desenhados e controlados pelo FMI e pelo Banco Mundial com resultados desastrosos, ao promoverem um endividamento agressivo, concentração de riqueza, receitas bancárias próprias de agiotas transnacionais, desindustrialização, especulação financeira, consumismo, aumento desenfreado dos preços dos alimentos, dos serviços e dos produtos de sobrevivência básica, fome, miséria, desemprego e marginalização.

Na dimensão política, foram fabricados vários golpes de estado, que foram bem-sucedidos no Brasil, em Honduras, no Paraguai e na Bolívia, tendo fracassado na Venezuela. No lugar de tanques, canhões, bombas, fuzis e metralhadoras, os estrategistas estadunidenses treinaram políticos, juízes, delegados, procuradores, advogados, fiscais, policiais, militares e empresários nas lógicas, conceitos e estratégias da *Lawfare* (manobras jurídicas de guerra, para neutralizar ou destruir adversários políticos), que foram aplicadas intensamente durante a segunda década do século XXI na América Latina. Os resultados foram vitoriosos para a lógica

imperial ao gerarem desorganização institucional, crise econômica, caos e autoritarismo político, conflitos socioculturais políticos, entre os quais, o fortalecimento do neofascismo, do supremacismo e do neonazismo é expressivo. Porém, as vitórias conjunturais obtidas entre 2015 e 2020 geraram *movimentos de transformação* potentes, que na terceira década do presente século têm instaurado governos, programas, mobilizações, organizações em rede, assembleias constituintes e mudanças políticas emancipadoras.

A realidade histórica contemporânea mostra que os afazeres de *cidadania política* que alcançaram maior relevância, nas duas primeiras décadas do século XXI, foram suscitados e articulados por meio de *projetos de democratização* que superaram o modelo *neoliberal/neoconservador*, promovido pelo FMI e o BM. Essas políticas públicas de Estado desmistificaram a retórica perversa desses centros de poder mundial e instituíram *políticas de responsabilidade social* em benefício das classes populares, das comunidades menos favorecidas, dos grupos, das tribos e das etnias em situação de pobreza. Os processos da Argentina, do Equador, do México, da Venezuela, do Brasil e da Bolívia comprovam que o distanciamento e a superação da subserviência tradicional são salutares para as economias, para a vida social e para a cultura, além de beneficiarem o conjunto da população. Assim, o modelo neocolonial, instaurado pelas elites latino-americanas em associação com os grupos de poder estadunidenses, cada vez mais mostra suas limitações, perversidades e deficiências.

Na conjuntura histórica atual, a diferença substancial em relação ao século XX é que, naquela época, a contradição principal se definia em termos cartesianos, como um esquema de *negação da complexidade*, marcado por receitas conservadoras no bloco dominante, e por estratégias políticas críticas, no bloco popular, que não conseguiam uma participação democrática da maioria dos cidadãos, que ficava em condições restritas no exercício político. Durante dois séculos — XIX e XX —, as oligarquias nacionais na América Latina têm mantido sua hegemonia política mediante um exercício contínuo da violência repressiva e autoritária. Essa cultura manifesta estratégias necropolíticas, às vezes de genocídio, em especial contra os povos indígenas e afro, que dificilmente conseguem estruturar formações sociais produtivas, justas, livres, democráticas e fecundas. Embora tenha garantido um controle social expressivo sobre a maioria das classes e dos setores sociais, esse poder provoca, simultaneamente, instabilidade, conflitos, ineficiência, desorganização, violência e atraso. O modelo oligárquico, racista, supremacista e subserviente ao serviço do capital especulativo financeiro monetarista das [mega]transnacionais mundiais tem gerado uma intensa exploração do trabalho de operários, camponeses, técnicos, artesãos, professores, funcionários e pequenos e medianos produtores. A hegemonia tem sido garantida mediante golpes de Estado, a instauração de

ditaduras (DIGNES, 2005) e de regimes liberais constitucionais autoritários. Nessa longa trajetória de estruturação de nossas *formações econômico-sociais*, os grupos políticos críticos desenharam programas de transformação *maximalistas*, com insuficiente apoio dos cidadãos e das classes subalternas. Durante dois séculos de guerras, contrarrevoluções, golpes de estado, genocídios, autoritarismos, ditaduras, democracias restritas e regimes neoliberais, é possível afirmar [a partir da pesquisa real, concreta e amadurecida e dos processos] que a América Latina caminha pouco a pouco, porém, de modo esclarecido, forte e transformador, na perspectiva da construção de estruturas cada vez mais democráticas, comprometidas com o social, com os povos, com a justiça, com as comunidades étnicas, com a mulher, com as minorias LGBTQI+, com a vida das espécies e do planeta e com a valorização regional. Esse processo de mudança tem sido [trans]classista, multiétnico, internacionalista, transdisciplinar e [pluri]estratégico, porque os desafios, as demandas, as exigências, a diversidade, o movimento, as configurações e as intensidades exigiam mudanças imediatas dos esquemas vigentes até a década de 1990. As configurações políticas contemporâneas, se bem matem boa parte das estruturas liberais restritas, abrem possibilidades de transformação expressivas. Nessa perspectiva, são esclarecedores os processos de participação cidadã nos programas de reestruturação política e social na América Latina e no Caribe (MALDONADO, A. E.; LEÓN, E., 2021; MALDONADO A. E.; LEÓN, E., 2020; MALDONADO, A. E., 2015; MALDONADO, A. E., 2014; MALDONADO, A. E., 2013).

Para *Nossa América*, a mudança de século não foi um evento cronológico formal. Aliás, aconteceram simultaneamente crises profundas dos sistemas políticos na Argentina, na Venezuela, no Equador e na Bolívia, que encontraram e configuraram forças cidadãs de significativo poder de transformação e expressaram um esclarecimento estratégico sobre os interesses comuns da região em vários sentidos: a) a necessidade de independência econômica (definindo planos de acordo com a sua realidade); b) a importância de governos latino-americanos em diálogo e cooperação estratégica; c) a relevância de intercâmbios intensos de caráter cultural e social; d) a necessidade de justiça, democracia, transparência, qualidade produtiva e respeito pelas pessoas; e) a urgência vital de abandonar as estratégias de concentração de riqueza, devastação dos recursos naturais, exploração do trabalho, cultura da violência e dos privilégios, fomentada pelas oligarquias nacionais em aliança com o poder hegemônico transnacional.

Em sentido oposto, até 2018, o México, país latino-americano membro do NAFTA (Tratado Norte-americano de Livre Comércio) com os EUA e o Canadá, alcançou, em 2012, o maior índice de pobreza de sua história moderna, com 46% de pessoas nessa condição,

enquanto, em simultâneo, Carlos Slim, mexicano/libanês (o homem mais rico do mundo nesse período, segundo a revista Forbes (www.forbes.com/billionaires/list), detinha 69 bilhões de dólares. A perversidade desse modelo manifesta-se, também, nos 50 mil mortos, como resultado do governo pró-estadunidense do PAN, da retórica neoliberal dos conservadores mexicanos, que se concretizou em massacres, assassinatos de indígenas, ativistas, estudantes, jornalistas e mulheres, comprovando, historicamente, como o autoritarismo e a corrupção se manifestam em retóricas neoliberais e neocolônias atualizadas.

Na América Central, Guatemala, Honduras e El Salvador apresentam indicadores de violência extrema, situando-se entre as sociedades mais perigosas do mundo para se viver. Cabe lembrar que esses países foram várias vezes ocupados pelos exércitos estadunidenses, que fabricaram e provocaram guerras com centenas de milhares de vítimas. Além disso, esses países, na terceira década do século XXI, são a principal fonte de emigração, e sua população mais pobre tem organizado marchas de vários milhares de pessoas em direção à fronteira estadunidense, um tipo de manifestação e de êxodo sem precedentes em períodos anteriores. O fomento, o financiamento, a promoção e a fabricação de guerras, invasões, ocupações pelo *complexo militar informacional industrial financeiro estadunidense* constituiu uma *cultura da violência*, que, na atualidade, está vinculada ao narcotráfico, à exploração sexual, à [hiper]exploração do trabalho em formatos [quase]escravistas. Um mundo de miséria, pobreza, instabilidade, marginalização e exclusão, que, durante décadas, se obliterou e distorceu como *mercado comum centro-americano, aliança para o progresso, desenvolvimento e modernidade, democracia vs. Comunismo*. O fato é que as contradições e realidades cada vez são mais difíceis de controlar e ocultar. Em 2022, são aproximadamente 51 milhões de pessoas, em um território de 511.989 quilômetros quadrados, condenadas a condições de vida indignas.

Constata-se, tanto no México quanto nos países mencionados, uma forte relação entre violência e narcotráfico; este arquitetado principalmente pelos cartéis dos Estados Unidos, país que gera a maior demanda de drogas no mundo, tendo um mercado forte de consumo de estupefacientes, que é organizado sistematicamente mediante a corrupção de autoridades e organismos de repressão da metrópole e dos países latino-americanos. Desse modo, existe um conjunto de centenas de milhares de pessoas nos EUA que usufrui das substâncias psicotrópicas e, paralelamente, um conjunto de centenas de milhares de latino-americanos que morrem, desaparecem, são torturados e explorados para satisfazer o *holding* das empresas estadunidenses que controlam o mercado mundial de drogas. É importante salientar que, apesar da existência e da continuidade do problema da violência, o México, a partir de 2019, com a vitória de AMLO (Andrés Manuel López Obrador) e do partido socialista democrático

MORENA, mudou radicalmente as políticas públicas, instaurando a responsabilidade social do Estado, das empresas e dos cidadãos — estratégia que tem produzido importantes avanços na justiça social, na organização governamental, no planejamento econômico, no resgate da soberania em políticas internacionais de cooperação com América Latina e o Caribe. O posicionamento de MORENA na geopolítica latino-americana tem sido colaborativo, inclusivo, aberto, fortalecedor e solidário.

Nessa realidade latino-americana complexa, contraditória e conflitante, foi-se estruturando uma nova ordem democrática, através da UNASUL e o MERCOSUL como eixos de articulação que ensaiam novas configurações de cooperação governamental, novas estratégias de inter-relação política, novas realidades de cooperação, novos ordenamentos jurídicos de respeito aos direitos básicos dos cidadãos latino-americanos, políticas que foram obstaculizadas pela onda neoliberal, de direitas entre 2015 e 2020, mas que cobram atualidade e vigor na conjuntura histórica favorável às mudanças, configurada a partir de 2021. No âmbito macroestrutural, é possível dizer que se executam reformas necessárias para estabelecer as bases de uma união cooperativa entre os estados latino-americanos. O velho recurso romano de *dividir para reinar*, estabelecido pelos EUA desde a constituição das repúblicas latino-americanas, tem sido profundamente abalado nas duas últimas décadas. De fato, as principais estratégias estadunidenses de controle e submissão da região perderam força (ALCA; FMI; BID; TRIAR), e, no atual século, as estratégias econômicas de sucesso na América Latina orientam-se para a diversificação de mercados, a promoção das relações Sul/Sul, a colaboração com países emergentes: América Latina/Ásia/África/Oriente Médio. A história regional de extrema dependência da economia estadunidense, vigente até finais do século passado, vai sendo superada, seguindo os processos de soberania, dignificação e democracia social na região.

Esses rearranjos das estruturas políticas, sociais e econômicas estabeleceram mudanças significativas na dimensão sociocultural e política e quebram a estreita concepção de *cidadão* como equivalente a membro com direitos jurídicos de um só Estado/Nação. Sem deixar de atacar as condições de segregação, exclusão e exploração em que vivem milhões de latino-americanos, que precisam construir *cidadanias nacionais* como passo imprescindível para ter uma *cidadania cosmopolita latino-americana*, hoje, é crucial a combinação de estratégias regionais (CELAC-UNASUL) com democratização interna. A retórica liberal de estados separados, vigente na região desde a primeira metade do século XIX, mostrou-se funcional e benéfica para as oligarquias e para o império e desastrosa para a maioria dos latino-americanos. Isso a América Latina vai aprendendo neste século, depois de duzentos anos de políticas separatistas, pois na contemporaneidade se está retomando a construção de uma Unidade real, potente e

exequível, racional e renovadora, com premissas democráticas amplas e perspectivas de uma gestão própria fecunda, mediante a construção da UNASUL e da CELAC. As derrotas do conservadorismo neocolonial no México, em Honduras, na Colômbia, no Chile, no Peru, na Venezuela, na Argentina e, no futuro próximo, no Brasil, no Uruguai, no Equador e em vários países com forças políticas transformadoras em ascenso, permite ponderar alternativas promissoras para a *Nossa América*.

As processualidades comunicativas

Os seres humanos distinguem-se como espécie, entre outras características cruciais, pela capacidade de construir sistemas sofisticados de comunicação. Não teríamos alcançado nossa condição *sapiens* sem fabricar as linguagens articuladas, socioculturais, que tornaram possíveis economias de intercâmbio simbólico inimagináveis sem esse recurso. A dimensão comunicativa atravessa nossas estruturas básicas genéticas (de fato, nossa estrutura biológica traz uma [capacidade/estrutura] programa neurológico configurado para, potencialmente, aprender qualquer linguagem articulada (NICOLELIS, 2011)) e penetra nossa estruturação sociocultural condicionando o conjunto da vida humana em cenários diversos. Os *signos* são *conjuntos culturais* que nos permitem organizar sociedades, produzir conhecimento, inventar artes, estabelecer relações amorosas, formular estratégias, inventar mundos artificiais e sobreviver.

No mundo sociopolítico contemporâneo, marcado pela hegemonia do modelo liberal representativo, a *comunicação* alcançou níveis de sofisticação tecnológica, penetração social, organização sistêmica e poder simbólico potentes (MATTELART, 2009; MATTELART, A.; VITALIS, A., 2015). Os sistemas midiáticos, já no século XX, estabeleceram conjuntos de redes de funcionamento, penetração e divulgação que midiaticizaram as sociedades modernas de maneira intensiva e enquadraram os hábitos sociais cotidianos em agendas midiáticas programadas que condicionaram (e orientam) significativamente os costumes, os valores, os posicionamentos, as ideologias, os gostos, os imaginários e as sensibilidades dos cidadãos. Estabeleceu-se, assim, uma hegemonia simbólica concreta, que os ordenamentos liberais transformaram em *modelo único*, estabelecendo os sistemas de meios de comunicação comercial como os únicos legítimos e com direitos a usufruir dos benefícios econômicos da ordem liberal (publicidade empresarial; propaganda governamental e partidária), simultaneamente, excluindo repressivamente outras possibilidades processuais de geração de comunicação (o caso gravíssimo das rádios comunitárias, por exemplo).

O fato histórico é que, não obstante todas as legislações repressivas, na América Latina e no Brasil, constituíram-se *redes de comunicação popular e alternativa* que acompanharam os processos de democratização, emancipação, liberação e transformação nas suas diversas realizações. A riqueza cultural e o compromisso ético/político desses movimentos sociocomunicacionais geraram um conjunto de produções teóricas relevantes que fundamentaram, legitimaram e posicionaram a *comunicação em termos de processos múltiplos* como um direito humano básico (PERUZZO, 2019; PERUZZO & CHAPARRO, TORRICO, 2019).

Essa história de luta comunicativa teve continuidade nas primeiras décadas do século XXI em várias frentes, sendo que, para este texto, apontam-se duas vertentes gerais que são renovadoras dos afazeres comunicativos (MALDONADO, 2012). Em primeiro lugar, a constituição de sistemas *multimídia* de cooperação entre estados, em especial o caso *TeleSUR* (STRASSBURGER, 2012), que fez realidade um projeto de mídia latino-americana de cobertura internacional, mediante a cooperação de Uruguai, Venezuela, Cuba, Equador. Embora a base central e o apoio substancial sejam da Venezuela, as premissas, a abertura, a configuração programática, a participação de profissionais, os programas, a concepção e a realidade comunicada são, principalmente, latino-americanas. A América Latina é o foco central — as referências, os produtores, os colaboradores, a vida enunciada, representada, expressada. Em termos de posicionamento e identidades, não é uma América Latina vista sob o olhar do poder hegemônico estadunidense; pelo contrário, é uma região mostrada na sua diversidade, nas suas culturas populares, regionais, étnicas e múltiplas (não só a cultura mercadológica, empresarial e o modo de vida liberal burguês).

Não obstante mantenha modos e formatos de produção “ocidentais”, a *TeleSUR* combina esses formatos com modos renovadores de gerar informação, comunicação e conhecimento. Nesse sentido, as reformulações realizadas em 2012, que revitalizam a diversidade expressiva, os estilos, as formas, as musicalidades, os desenhos e as vivências latino-americanas, são apreciáveis. Quebrou-se, em boa parte, o formalismo midiático inserindo recursos multimídia na programação televisiva; incluindo expressividades regionais na forma de fazer TV, melhorando as técnicas e posturas de enunciação e abrindo significativamente a mídia para a entrada de culturas populares na sua programação. São mostra disso os programas *Causa Justa*, com a militante/comunicadora Piedad Córdoba; *Agenda Abierta*, com Lourdes Zuazo; *Realidades*, com Milfred Baptista. Se bem a *TeleSUR* se define como a “*señal informativa de América Latina*”, sua programação de caráter jornalístico e as outras produções superam essa delimitação ao constituir-se em conjuntos culturais que ensinam, produzem conhecimento, suscitam reflexões, provocam fruições estéticas instigantes, subvertem os esquemas de interpretação do mundo

(HOBSBAWM, 2011), oferecem fontes diversas de comunicação e inter-relacionam as realidades latino-americanas.

Cabe salientar o importante papel da *TeleSUR* na cobertura de eventos latino-americanos em direto, como foi o caso do *golpe de estado no Paraguai*, quando transmitiram da sede do congresso desse país o simulacro de juízo político contra o presidente Fernando Lugo. A América Latina e o mundo puderam assistir, assim, já não só a “taça libertadores” ou a “liga dos campeões”, pois os telespectadores da *TeleSUR* puderam acompanhar, testemunhar e aprender do “*circo*” montado pelas oligarquias do Paraguai, para destituir um presidente democraticamente eleito, em sintonia com as transnacionais do agronegócio e os interesses do narcotráfico, contra o processo de democratização do Paraguai. Esses produtos midiáticos foram e são relevantes para analistas, pesquisadores da comunicação, juristas, historiadores, estudantes e cidadãos interessados, constituindo-se em um referente valioso de informação e conhecimento. Nessa mesma linha de trabalho e ética, a *TeleSUR* fez a importante cobertura do golpe de Estado na Bolívia em 2019, dos levantamentos populares e manifestações no Equador e no Chile, dos ataques genocidas aos povos indígenas no Brasil, da luta das populações na Argentina, da resistência e [re]existência dos refugiados e dos povos afro-colombianos e da esplêndida produção cultural crítica latino-americana e caribenha.

Aprecia-se, portanto, que o exercício da *cidadania comunicativa* se realiza nos processos produtivos dentro do complexo multimídia *TeleSUR*, possibilitando que jornalistas, fotógrafos, cinegrafistas, programadores, editores, repórteres, comunicadores populares, artistas, esportistas e cidadãos participem dos processos de produção desse meio de comunicação regional. Além disso, percebe-se que esse modo de produção comunicativa estabelece nexos de reflexão, diálogo e produção de pensamento nos telespectadores, internautas e fruidores de sua programação. De fato, suscita-se e promove-se um agir comunicativo cidadão nos públicos dessa mídia, que possibilita apropriações inteligentes e críticas do mundo latino-americano.

A produção de comunicação alternativa gerada pela América Latina desde o século XX teve outra frente importante no projeto *TAL – Televisión América Latina*, um complexo midiático digital construído por produtores audiovisuais e por empresários transformadores que buscam promover, divulgar, comunicar, compartilhar e dialogar sobre a *cultura latino-americana*, tanto nas suas expressões eruditas quanto nas populares: étnicas, cotidianas, subalternas e críticas. A *TAL* é um espaço multimídia que configura um encontro comunicativo valioso sobre a vida na região, e o projeto estrutura uma rede de distribuição e exibição de produtos audiovisuais: filmes, séries, documentários etc., que mostram a riqueza e a diversidade cultural de *Nossa*

América. Tem como temas articuladores: *arte, comportamento, culinária, cultura, curtas, ecologia, educação, história, humor, literatura, música e dança, viagens*.

Na perspectiva da presente análise, a *TAL* é um meio de comunicação digital transformador, de caráter *público*, dado que não pertence a nenhuma empresa geradora de ganâncias ou a um governo. De fato, experimenta outro modelo de gerar comunicação e facilita a distribuição organizada de produtos audiovisuais artísticos, profissionais, aficionados, comunitários ou experimentais. Seu foco é a *Distribuição/Exibição* alternativa de produtos audiovisuais da América Latina (que são dois fatores críticos para a produção cultural independente), e, para isso, estrutura um portal de qualidade técnica digital, que favorece a fruição do material audiovisual pelos *cidadãos/internautas/telespectadores*. Com efeito, qualquer pessoa que identifique, situe ou receba o endereço digital da *TAL* tem oportunidade de *navegar/assistir* os produtos. Um recurso de especial significação para o exercício da *cidadania comunicativa* é “copiar para clip board”, que permite disponibilizar nos *sites*, portais, blogs e demais configurações digitais a utilização dos produtos audiovisuais expostos pela *TAL*. Quer dizer, restringe a circulação privada e amplia o uso social dos materiais (LAGO, 2012).

A ideologia da *propriedade privada* dos bens culturais é questionada mediante um compartilhamento público, temporário ou permanente, de produtos audiovisuais expressivos de *Nossa América*. As potencialidades educativas, libertárias, comunicativas, socializantes, subversivas e transformadoras do modelo são notáveis e mostram um projeto concreto de *comunicação cidadã internacionalista* que favorece o enriquecimento cultural, social e político da região. É uma *TV Multimídia* que trabalha as configurações digitais para constituir conhecimento estratégico para as mudanças (MALDONADO T, 2007; NICOLELIS, 2011; DARTON, 2010).

A *TAL – Televisión América Latina* quebra a ideia tradicional e mercantil de televisão, fortalecendo canais públicos e coletivos independentes, vizinhos que fruam a TV, instituições educativas e culturais. De fato, a TV passa a ter, nessa configuração, um caráter *multidimensional* e *multicontextual* próprio de processos de comunicação dialógicos, integrais e críticos. A diversidade de perspectivas, estilos, formatos, modelos e realizações disponíveis na *TAL* estimulam um exercício de cidadania comunicativa inventiva, dado que a arte, a experimentação, os arranjos comunicacionais são mostrados na sua riqueza de conjunto, rompendo a lógica de fragmentação da realidade, característica das mídias tradicionais.

O modelo *TAL* comprova, na sua estruturação concreta, que é possível construir *meios de comunicação cidadãos* de ampla cobertura, que trabalhem como eixo central a *Nossa América*. As

diferenças nacionais, locais, étnicas, religiosas, políticas e culturais, vão, em confluência com aspectos comuns de nossa constituição e realidade, fortalecer a noção de uma *ciudadania latino-americana cosmopolita* e gerar práticas socioculturais estruturadoras dessa alternativa vital.

TeleSUR e *TAL – Televisión América Latina* são duas possibilidades relevantes de constituição de meios de comunicação que fomentem uma *ciudadania comunicativa transformadora*. Muito além da matriz comercial de *usos e gratificações*, essas multimídias comprovam que *ciudadania comunicativa* tem a ver com *participação criativa e decisiva* nos processos de comunicação (MALDONADO E., 2012; 2011).

Ampliações e adensamentos teóricos

Este texto tem o propósito teórico de colaborar no alargamento da noção de *ciudadania* (CORTINA, 2005) ao redefini-la, na sua dimensão comunicativa, como uma alternativa de pensamento que supera as concepções dominantes (jurídico-políticas) relacionadas ao Estado/Nação. Para isso, apresenta-se uma contextualização que aponta questões decisivas da realidade latino-americana contemporânea, como é a tendência à passagem de uma situação de subserviência neocolonial para uma fase de estruturação de instituições de cooperação latino-americanas, que pensam e reformulam suas principais estratégias de vida democrática e de reconstrução de suas economias. Nessa perspectiva, são cruciais os processos e projetos plurinacionais de comunicação que incluam agrupações de comunicadores[as] de vários de países em projetos de produção e/ou circulação comunicativa.

No âmbito midiático estruturou-se em décadas anteriores, principalmente a partir dos anos 1980, um mercado audiovisual latino-americano de telenovelas com centros importantes de produção no México, na Venezuela, no Brasil e na Argentina. Embora um setor qualitativo, minoritário, dessa produção tenha presenteado as várias Américas Latinas para os latino-americanos, na maioria dos casos, essa produção constituiu um conjunto audiovisual de limitada competência técnica, estética e cultural. De fato os enredos, recortes, estratégias, edições, montagens, conteúdos e acabamentos fabricaram uma América Latina diminuída, mercantil, classista, racista, xenofóbica, machista, patriarcal e com forte presença das ideologias liberais, conservadoras e capitalistas. Não obstante, o valor investigativo comunicacional dessas produções é importante e, ao mesmo tempo, expressa o quanto ela enquadrava os gostos, hábitos, modelos e rotinas dos *públicos* em configurações audiovisuais fragmentadas, conservadoras, neocoloniais, não participativas e dependentes.

Entre os vários problemas da produção televisiva comercial oligárquica, que é de ampla circulação na região, está sua dependência da lógica do *consumismo alienante*, que limita fortemente as potencialidades *comunieducativas, culturais, artísticas, políticas, econômicas e éticas* dos *ethos midiáticos* na região. Nessas mídias, fabrica-se um “eterno presente” de enredos, desinformações e modos de via, que se realiza em contínuas reiterações de conflitos que esquivam as causas centrais dos problemas, geram espetáculos distrativos sobre as realidades históricas através da exposição de causalidades secundárias ou fragmentadas, e suscitam um *campo de efeitos de sentido* redutor, que não dá conta da multiplicidade social, cultural, étnica e cosmológica de seus *povos*.

Outro obstáculo comunicativo, característico dessa produção midiática comercial, é a fruição do *tempo vital cotidiano*, que é afetado por condicionamentos repetitivos, de práticas culturais com pouca renovação, e expressivo conservadorismo. A lógica da constatação de situações, circunstâncias e inter-relações sobre a vida familiar, de trabalho, sexual e social é cultuada como a única opção possível. Desse modo, as grandes redes midiáticas capitalistas na América Latina lucram ao dramatizar a violência, a pobreza, o ódio, a ternura, a vida e a morte dos seus habitantes.

Nenhum enredo produzido pelas indústrias midiáticas comete o erro estratégico, do ponto de vista empresarial, de apresentar outros mundos sociais sendo construídos no planeta, quando aborda o tema de modo a distorcer, diminuir, dar um caráter exótico ou ridiculizar outras culturas e *formações sociais*. O prazer e a submissão são misturados na repetição do que está vigente e naturalizado nas sociedades *neocolonizadas*, mediante a reiteração sistemática de modelos de comportamento, de pensamento e de relações socioculturais. A experimentação é proibida quando atenta contra as lógicas centrais da ordem estabelecida. As personagens são construídas nos limites dos enquadramentos admitidos, e nunca um núcleo ou conjunto de personagens pode fomentar a transformação social e cultural na perspectiva de sociedades de *bem viver*. O modelo capitalista (egocêntrico, individualista, explorador e devastador) é representado como a única saída louvável e possível para as sociedades de todas as culturas, em todos os tempos; assim se naturaliza o social, o político e o ideológico como se fossem produto do “destino”.

Para confrontar esse mundo midiático conservador, é imprescindível uma práxis teórica estratégica transformadora, alternativa e subversora. Para isso, cabe centrar a reflexão nos conceitos de *movimentos sociocomunicativos* e de *sujeitos comunicantes* — duas referências presentes no pensamento crítico em comunicação e que merecem nossa atenção para ir

fortalecendo e lapidando sua teorização e operacionalização. A ideia de *movimentos sociais* foi amadurecida nas quatro últimas décadas pela força e vigência histórica desses coletivos e modos de organização, na conjuntura de crise do *socialismo real* na Europa Oriental, e de fortalecimento do eixo monetarista neoliberal, em confluência com o enfraquecimento do modelo dos partidos políticos tradicionais e de sindicatos oficiais, nas sociedades democrático/liberais de institucionalidades restritas à participação popular e ampla de cidadãos e cidadãos na vida política dos países; em especial, nos âmbitos de tomada de decisões estratégicas para a vida humana e planetária, como também na exclusão do aproveitamento dos recursos dos países que deveriam beneficiar as maiorias

A contribuição dos *movimentos sociais* às lutas pela cidadania, pela democratização, pelo enfraquecimento do autoritarismo, pela crítica ao imperialismo guerreador e genocida tem sido notável. De fato, a expressão de potência e confluência mais significativa desses processos foi o *Fórum Social Mundial*, que conseguiu aglutinar militantes de todos os continentes e posições críticas em um encontro mundial sem precedentes. O FSM concretizou as potencialidades de confluência crítica de múltiplas forças transformadoras que vivem e trabalham na [e pela] construção de outros mundos sociais além do *capitalismo*. É gratificante constatar como a experiência histórica concretizada nesses Foros Mundiais tem continuidade em várias configurações críticas como a *Cúpula dos povos Rio+20*; a *Cúpula dos povos Cartagena 2012*; os movimentos dos *Ocupa Wall Street*; *Indignado*; *Coletes amarelos*; *Estudantes e População no Chile*; *Cidadãos/Etnias/Refugiados na Colômbia*; *Indígenas no Equador, no Chile, no México*; *Migrantes na América Central e no Mediterrâneo*; *Refugiados no Oriente Médio, na África e na Ásia*. Além disso, os vários movimentos e encontros alternativos aos megaeventos expressivos do poder hegemônico mundial, que reúnem dezenas de milhares de militantes de causas ecológicas, sociais, DH, saúde, gênero, autogestão, etnias e filosofias alternativas. Todos esses eventos e processos são expressão de uma realidade maior de centenas de milhões de pessoas que estão insatisfeitas com a atual ordem mundial, hegemonizada pelos EUA e a OTAN, que fomentam estratégias de devastação do planeta, de produção de guerras e de agressão constante às alteridades políticas, culturais e sociais.

Os conjuntos de cidadãos que se juntam de múltiplas formas para manifestar, pensar e denunciar a exclusão, a exploração, os massacres, o genocídio, a depredação, a segregação e a injustiça mostram que um significativo setor das sociedades latino-americanas e mundiais aprendeu o verdadeiro sentido do *capitalismo* (*civilização e barbárie*). Nessa realidade, é crucial para nosso campo de investigação o fato de que um setor importante dentro desses movimentos, ou constituindo movimentos autônomos, trabalha o eixo central de ação e

pensamento comunicativo. Esses *movimentos sociocomunicacionais* constituem uma realidade estratégica para a pesquisa e o pensamento críticos na área, porque são uma concretização renovadora de processos, modos, formas, táticas, arranjos de objetos, técnicas, filosofemas, imaginários e pensamentos, que expressam significativas realidades e potencialidades de estruturação de um mundo comunicacional livre, colaborativo, participativo, justo, democrático, fecundo, suscitador e ecológico. Esses conjuntos são o que nomeamos como *movimentos sociocomunicacionais*, que articulam suas lutas, trabalhos, investigações, estratégias e experimentos em estratégias comunicacionais.

O *Manifesto pontoComunista* (MOGLEN, 2012) é uma expressão de como os pensamentos comunicativos, filosóficos e políticos confluem na perspectiva da construção de outra realidade sociocultural. Não é por acidente que esse manifesto insiste na necessidade da *liberdade de criação*, no esclarecimento dos direitos dos criadores, na redefinição da posição dos proprietários e na abolição de todas as formas de propriedade privada sobre as ideias. Com efeito, como muito bem diagnostica Darton (2010), o modelo de propriedade intelectual do *copyright* é um anacronismo perverso, que teve uma origem louvável para proteger e financiar os produtores intelectuais, mas se transformou, no século XX, em um mecanismo concentrador de poder e lucro, castrador da inventividade e promovedor do burocratismo intelectual.

Na confrontação sócio/simbólica e comunicativa contemporânea, as pessoas e os cidadãos do mundo e da América Latina têm exercido um direito, de fato, de usufruto dos bens musicais, audiovisuais, fotográficos, artísticos e culturais que circulam na internet e nas suas sociedades. Nessas práticas, situam-se coletivos que estabelecem hábitos, costumes, planos e rotinas de *recuperação simbólica*, seja para fundar uma biblioteca, uma videoteca, uma discoteca ou uma filmoteca (analógicas ou digitais) para compartilhar produtos culturais em comunicação com outros. É um campo instigante de indagação o que essas configurações microsociais estabelecem; a propósito, sua delimitação como *movimentos sociocomunicacionais* pode ser geradora de compreensões renovadoras.

Outra vertente de produção cultural comunicativa apresenta, como eixo central dos seus afazeres, atividades e processos midiáticos e comunicacionais que não necessariamente trabalham uma temática específica (DH, gênero, etnia, fluxos, trabalho etc.), pois, de fato, são multifocais e, em geral, atuam suscitadas pelas necessidades imediatas de sobrevivências social e econômica. Aliás, buscam produzir outra realidade comunicativa, distinta da comercial burguesa, ao organizar grupos de grafite, equipes de rádio comunitária, centros de produção audiovisual, associações culturais comunicativas de vizinhos, redes subterrâneas de

comunicação digital. Em todos os casos, a comunicação é central nas suas atividades e pensamentos, sendo que sua contribuição principal para as lutas se realiza na dimensão comunicativa. É necessário, portanto, trabalhar tanto teórica quanto empiricamente para o fortalecimento desses processos, e, nesse sentido, um passo necessário de qualificação e aprofundamento é começar a problematizá-los, concebê-los e tratá-los em termos comunicacionais.

Os *movimentos sociocomunicativos*, que em diversas ocasiões imitam os modelos midiáticos vigentes ou que, em outro sentido, expressam a diversidade cultural com vigor, renovação e crítica, como expressões organizativas dinâmicas, potencializam uma inter-relação produtiva de singular capacidade de transformação e atravessam as instituições educativas, para fortalecer o conhecimento e as culturas críticas na sociedade. Longe do paternalismo, do partidarismo, do fundamentalismo, do caudilhismo, do autoritarismo, do supremacismo e das necropolíticas neofascistas e neonazistas, é necessário construir confluências de fecundidade entre os campos da pesquisa e o conhecimento, o ensino formal e os *movimentos sociocomunicacionais*. Promover experimentos mentais que contribuam para teorizações estratégicas de fôlego que penetrem o tecido social desestabilizando o senso comum acadêmico e formalista, e experimentos mentais que contribuam para mudar o mundo da vida cotidiana das pessoas e gerem múltiplas traduções de alternativas socioculturais e políticas.

Para complementar esses raciocínios, retomamos a problematização do conceito de *sujeito[a] comunicante* em termos sociais, cooperativos, colaborativos e subversores (MALDONADO, 2011; LAGO, 2012). Afirmamos que, de fato, dados os processos contemporâneos de mudança *tecnocomunicativa*, não é pertinente continuar pensando, nos termos *mecânico funcionalistas*, os partícipes da comunicação como *receptores* e/ou *emissores*. A complexidade transformou os meios, quebrou a exclusividade das grandes indústrias culturais na circulação internacional de mensagens; os sistemas midiáticos tradicionais, não obstante toda a sua orientação para controlar as formas digitais de comunicação, tiveram que constatar a força multiplicadora dos recursos, das tecnologias, das culturas e das alternativas digitais que, desde 1994, e, principalmente, na última década, viu surgir ambientes de comunicação fora dos controles da ganância, da censura e do neocolonialismo cultural.

As novas condições de produção comunicativa, fortalecidas pela cultura colaborativa do *software livre*, que dotou de uma base criativa tecnológica potente os processos, configuraram milhares de meios de comunicação digital (blogs, sites, portais, redes, listas, plataformas etc.) que constituíram as *multimídias hipertextuais* atuais. Esses processos, ao contrário do que pensam

os *funcionalistas, utilitaristas e positivistas*, não configuram simples “*usuários virtuais*”, pois, em opções diversas, as pessoas começaram a experimentar com os símbolos em modos múltiplos (exercício que só faziam os profissionais da comunicação e das artes anteriormente). Nessa diversidade, as/os *sujeitas[os] comunicantes* geram uma produção comunicativa múltipla, que a pesquisa em comunicação ainda está em fase inicial de problematização. O fato é que os/as *sujeitos[as] comunicantes* (seres históricos sociais em comunicação) enriqueceram suas possibilidades de inter-relação simbólica, de modo intenso e abrangente, mudando suas cotidianidades, seus círculos sociais, suas habilidades de construção de signos e sua concepção do que é fazer comunicação.

Não obstante, essa mudança encontra ainda as maiorias existindo nos parâmetros conservadores das culturas midiáticas hegemônicas; entretanto, ao mesmo tempo, mostra uma potencialidade imensa de transformação social. O que interessa estrategicamente, para esta argumentação, é refletir sobre a *transformação psicológica/semiótica* que a nova realidade possibilita, ao ampliar a noção de *comunicadores populares*, que em décadas passadas era restrita a determinados setores e cenários socioculturais. A atual alternativa democratizante coloca pessoas de distintas classes, origens, regiões, culturas e posturas em *relação comunicacional*. E os/as *sujeitos[as] comunicantes* expressam muito bem esses nexos na sua potencialidade de penetração na psique dos participantes de maneira múltipla: abrangendo distintos aspectos de sua personalidade; desestabilizando parte de suas estruturas de inter-relação com o mundo; renovando sua atividade mental; abrindo territórios desconhecidos de produção simbólica; tornando possível o exercício da liberdade intelectual e cultural sem maiores investimentos econômicos ou de deslocamento físico.

No mundo de inícios da terceira década do século XXI, que está em crise ecológica, biológica, geopolítica, econômica e cultural, na América Latina, encontram-se contextos férteis e potencialidades para a promoção de *subjetividades comunicativas*, distintas às subjugadas pelo *capitalismo oligopólico transnacional* (ZIZEK, 2011) e seus algoritmos que pretendem a robotização comportamental. A pretensão de um “*mundo [completamente] vigiado*” e de um *cibercontrole total pelo complexo informacional/militar/industrial/financeiro* (MATTELART, 2009; MATTELART & VITALIS, 2015) encontra respostas históricas transcendentais no fortalecimento da *multipolaridade*, da *diversidade*, do *socialismo*, da *cultura colaborativa livre mundial*, dos *povos e etnias em processos de emancipação na Terra*, da *potência da cultura ecológica comunitária* e da *cultura política transformadora*. Os espíritos inventivos, construtivos, solidários e transformadores têm no conceito de *sujeito[a] comunicante* um alicerce poderoso e instigante para sua reconstituição e seu fortalecimento.

REFERÊNCIAS

- CORTINA, Adela. **Cidadãos do mundo**: para uma teoria da cidadania. São Paulo: Loyola, 2005.
- DARTON, Robert. **A questão dos livros**: passado, presente e futuro. São Paulo: Companhia das Letras, 2010.
- DIGNES, John. **Os anos do condor**: uma década de terrorismo internacional no Cone Sul. São Paulo: Companhia das Letras, 2005.
- FRAGOSO, S.; MALDONADO, A. E. **A internet na América Latina**. São Leopoldo: UNISINOS; Porto Alegre: Sulina, 2009.
- HOBBSBAWM, Eric. **Como mudar o mundo**: Marx e o marxismo 1740 - 2011. São Paulo: Companhia das Letras, 2011.
- LAGO, Silvia (Comp.). **Ciberspacio y resistencias**: exploración en la era digital. Buenos Aires: Hekht Libros, 2012.
- MALDONADO, A. E.; LEÓN, Edizon. **Pensamiento crítico en comunicación**: Realizaciones transdisciplinares y transmetodológicas mattelartianas. Quito: CIESPAL, 2021.
- MALDONADO, A.E.; LEÓN, Edizon. **Investigación crítica de la comunicación en América Latina**: diálogos con la vertiente Mattelart. Quito: CIESPAL, 2020.
- MALDONADO, Alberto Efendy. **Epistemología de la comunicación**: Análisis de la vertiente Mattelart en América Latina. Quito: CIESPAL, 2015.
- MALDONADO, Alberto Efendy. *Perspectivas transmetodológicas na pesquisa de sujeitos comunicantes em processos de receptividade comunicativa*. In: A. E. Maldonado (coordenador). **Panorâmica da investigação em comunicação no Brasil**: processos receptivos, cidadania e dimensão digital. Salamanca/España: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones, 2014.
- MALDONADO, Alberto Efendy. *A perspectiva transmetodológica na conjuntura de mudança civilizadora em inícios do século XXI*. In: A. E. Maldonado; J. Bonin; N. Rosário (organizadores). **Perspectivas metodológicas em comunicação**: novos desafios na prática investigativa. Salamanca/España: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones, 2013.
- MALDONADO, A. E.; BARRETO, V.; LACERDA, J. (Orgs.). **Comunicação, educação, cidadania**: saberes e vivências em teorias e pesquisa na América Latina. João Pessoa: Ed. UFPB; Natal: Ed. UFRN, 2011.
- MALDONADO, Alberto Efendy et. al. **Epistemologia, investigação e formação científica em comunicação**. Rio do Sul: Ed. UNIDAVI; Natal: Ed. UFRN, 2012.
- MALDONADO, Tomas. **Memoria y conocimiento**: sobre los destinos del saber en la perspectiva digital. Barcelona: Gedisa, 2007.
- MOGLEN, Eben. El manifiesto puntoComunista. In: LAGO, S. **Ciberspacio y resistencias**: exploración en la era digital. Buenos Aires: Hekht Libros, 2012, p. 69-81.
- MATTELART, Armand; VITALIS, André. **De Orwell al cibercontrol**. Barcelona: Gedisa, 2015.

MATTELAR, Armand. **Un mundo vigilado**. Barcelona: Paidós, 2009.

NICOLELIS, Miguel. **Muito além do nosso eu**: a nova neurociência que une cérebro e máquinas – e como ela pode mudar nossas vidas. São Paulo: Companhia das Letras, 2011.

PERUZZO, Cicília. La comunicación en los movimientos sociales y el derecho a la comunicación: señales de un derecho de ciudadanía de quinta generación. **COMMONS (Revista de Comunicación y Ciudadanía Digital)**, v. 5, 2016, p. 10-36.

PERUZZO, Cicília; CHAPARRO, Manuel; TORRICO, Erick. Comunicación comunitaria, políticas y ciudadanía. **Chasqui** (Revista latinoamericana da comunicación), v. 140, 2019, p. 33-42.

STRASSBURGER, Tabita. **América Latina e cidadania comunicativa**: as inter-relações entre sujeitos comunicantes e o portal TeleSUR. Dissertação de mestrado em ciências da comunicação. Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação UNISINOS, São Leopoldo, 2012.

ZIZEK, Slavoj. **Primeiro como tragédia, depois como farsa**. São Paulo: Boitempo, 2011.

INTERATIVIDADE: UM CONCEITO ALÉM DA INTERNET¹

Gleice BERNARDINI²

Maria Cristina GOBBI³

Universidade Estadual Paulista, Bauru, SP

RESUMO

Entender os variados conceitos de interatividade, em seus níveis e utilizações, bem como a forma que o termo vem sendo utilizado por diversos autores é a mola propulsora deste artigo. Além das trocas de informações, a interatividade proporciona aos interagentes, ou seja, pessoas envolvidas no processo comunicacional, uma nova possibilidade: a saída de sua zona de conforto, ou apenas, um ponto de recepção de conteúdo, abrindo as portas para o processo de produção. Assim, os chamados receptores, através da interatividade, deixam seu papel passivo na produção e no consumo de informações, atuando agora também como produtores. Os diversos níveis de interatividade, de maior ou menor grau, dependendo do tipo de ação, serão aqui analisados em sua área de aplicação, seja ela na internet ou na TV digital. Através de uma revisão bibliográfica, buscamos configurar essa interatividade no cenário da comunicação.

PALAVRAS-CHAVE: Interatividade; internet; TV digital; comunicação.

INTRODUÇÃO

O artigo busca realizar uma reflexão sobre as definições atribuídas ao conceito de interatividade, a ser realizada por meio de uma revisão bibliográfica. Desta forma, as autoras evidenciam as diversas maneiras que esse conceito é aplicado à Comunicação e ao próprio Jornalismo, partindo da utilização dos meios tradicionais até as novas mídias digitais e suas vertentes colaborativas.

Produzido em 2013, no auge do debate sobre a TV digital no Brasil, como parte da revisão bibliográfica de uma das autoras, para sua pesquisa e produção da dissertação de mestrado, o artigo traz definições de conceitos sobre a interatividade que circulavam entre

¹ Trabalho apresentado no GP Mídia, Cultura e Tecnologias Digitais na América Latina do XIII Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (213) e publicado originalmente em Revista Geminis - CRISTINA GOBBI, M.; BERNARDINI, G. Interatividade: um conceito além da internet. *Revista GEMINIS*, [S. l.], v. 4, n. 2, p. 42-56, 2013. Disponível em: <https://www.revistageminis.ufscar.br/index.php/geminis/article/view/143>. Acesso em: 23 jul. 2022. Versão atualizada em 23 jul 2022.

² Doutora em Mídia e Tecnologia pela Universidade Estadual Paulista (UNESP), Mestre em Comunicação pela Universidade Estadual Paulista (UNESP), Especialista em Linguagem, Cultura e Mídia e Jornalista pela Universidade Estadual Paulista (UNESP). E-mail: gleicebernardini@gmail.com.

³ Pós-Doutora pelo Prolam-USP (Universidade de São Paulo – Brasil), Doutora em Comunicação pela Universidade Metodista de São Paulo (Umesp). Professora dos Programas de Pós-Graduação, Mídia e Tecnologia e Comunicação, da Unesp de Bauru. Professora de Graduação da mesma instituição. Coordenadora do Grupo de Pesquisa Pensamento Comunicacional Latino-Americano do CNPq. E-mail: mcbgobbi@terra.com.br; mcbgobbi@faac.unesp.br.

estudiosos, em uma busca de compreensão aprofundada do termo para utilização posterior em seu trabalho final de mestrado. Debater a interatividade e a interação, ainda é, mais que necessário, visto suas aplicações nos cenários de comunicação atual.

Vale ressaltar que o próprio ato de se comunicar é uma interação, assim, interagir é inerente à comunicação interpessoal. Portanto, ao se propor estudar a interatividade enquanto ferramenta ou canal de comunicação deve-se ter em mente a relação do conceito com os primórdios da fala, e o surgimento da própria comunicação. Porém, para este artigo o foco recairá na vertente da relação do público com o meio, não nos estendendo para as peculiaridades comunicacionais de cada meio ou formato existente, que podem ser ampliadas em outros estudos futuros.

Definindo o conceito

O conceito de interatividade muitas vezes é proclamado por muitos estudiosos e autores como sendo um conceito recente, que surgiu conjuntamente com o advento dos meios digitais, estando assim interligado ao conceito de convergência citado por Jenkins em seu livro *A cultura da convergência* (2008). Porém, tal termo é debatido nos estudos acadêmicos há décadas, sendo tratado nas mais variadas discussões, em diversas áreas do conhecimento, inclusive com abordagens interdisciplinares.

Na verdade, encontramos referências a interatividade já na primeira metade do século XX, citando o rádio como um canal aberto para a participação direta do público. Porém, há muitas divergências quanto à origem oficial do termo. Inicialmente alguns autores destacam que o termo surgiu nos anos de 1960, derivado do neologismo inglês *interactivity*, que descreve uma interatividade simples, mediada entre humanos e o computador. Assim, a relação estabelecida entre ‘humano-computador’ descreve a interação do homem com a máquina, e ‘computador-humano’, onde o computador cria a interatividade com o homem, instituindo assim a troca de experiências entre homem e máquina, supondo as relações de contato entre ambos. Outros autores defendem a ideia de que o conceito nasceu de uma derivação do termo interação, sendo um desdobramento da ação de interagir.

Ao se pensar em interatividade, imediatamente se faz uma associação a participação, ou seja, pensa-se em alguma situação em que se pode participar, interagir. O autor Marco Silva (1995) discorre sobre a interatividade em seu artigo “O que é interatividade” e traz exemplos dos mais diversos usos da palavra, como por exemplo, o cinema interativo, ou o livro interativo.

Mas, devemos, primeiramente, diferenciar a interatividade da interação¹, pois muitas vezes tais usos incorretos nos fazem crer que tudo é interativo quando, na verdade, é apenas uma interação.

A interação não necessariamente precisa de um meio para acontecer, enquanto que a interatividade sim. Desta forma, a interação pode ocorrer em uma conversa informal, pessoal e presencial, mas utiliza-se da interatividade para a troca de mensagens em uma rede social, por exemplo. Nicoletta Vittadini destaca que a interatividade seria “[...] un tipo de comunicación posible gracias a las potencialidades específicas de unas particulares configuraciones tecnológicas”² (Vittadini, 1995, p. 154). Assim, fica evidente que a interatividade simula a interação entre as pessoas através de um meio, seja ele, eletrônico, virtual, ou uma mídia tradicional.

Arlindo Machado (1997) afirma que, na década de 1930, Bertold Brecht já entendia o rádio como uma mídia interativa devido a participação ativa dos ouvintes no meio. Nota-se assim, que mesmo no início do século XX já se debatia a existência de um ouvinte que poderia participar do processo de criação radiofônico, mesmo que de forma simples, mas muito válida.

Outros autores, no decorrer do século XX, também estudaram e debateram as questões ligadas a comunicação, retorno e interatividade:

Nos anos setenta, Enzensberger (1979) apontava a distância existente entre emissor e receptor, dizendo que o *feedback*, do ponto de vista técnico, estava reduzido ao mínimo possível. No mesmo período, em seus estudos sobre televisão, Williams (1992) chamava a atenção para a diferenciação entre reatividade e interatividade. O primeiro conceito estaria ligado à ideia de registrar a reação da audiência através de um menu de opções, já a interatividade implicaria em uma resposta genuína dos membros da audiência. (MIELNICZUK, 2000, web)

Enzensberger (1979) debate o *feedback* com o propósito de salientar que este canal de retorno era quase que nulo e que as mídias atuavam apenas emitindo informação e não recebendo. Neste sentido, podemos verificar os vários momentos de transição da comunicação, sendo mais aberta ou mais fechada ou mesmo mantendo um canal de retorno, porém, apenas para uma confirmação ou reafirmação do conteúdo emitido, como cita Williams (1992) em seu

¹ A autora (BERNARDINI, Gleice) trata de forma mais aprofundada dos conceitos no Cap. 4 de sua dissertação: BERNARDINI, Gleice. A segunda Tela na TV Digital Brasileira: um estudo dos processos midiáticos interativos. Maria Cristina Gobbi. 2015. 159 f. Dissertação (Mestrado)– Universidade Estadual Paulista. Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, Bauru, 2015.

² Tradução livre: “[...] comunicação tornada possível pelo potencial específico de uma determinada configuração tecnológica”.

estudo, que destaca as diferenças da interatividade quanto comunicação público – mídia e reatividade, que pode ser entendida como uma resposta do público ao estímulo dado pela mídia.

Já McLuhan (1964), no início dos anos de 1960, descreveu as formas de interação através dos meios, dividindo-os em meios quentes e meios frios. Os quentes seriam aqueles que não permitiam ou possibilitavam pouca interação do usuário. Já os meios frios seriam os que o usuário teria que ter um interesse e querer participar. Assim, o meio frio além de abrir um canal para a interação, tem que criar uma vontade no público de participar. Como exemplo, McLuhan cita que “[...] o telefone é um meio frio, ou de baixa definição, porque ao ouvido é fornecida uma magra quantidade de informação [...]. Enquanto, os meios quentes não deixam muita coisa a ser preenchida ou completada pela audiência”. (MCLUHAN, 1964, p. 38).

Desta forma, podemos citar os meios quentes como as mídias tradicionais com seu canal de *feedback* restrito ou nulo, e as novas mídias ou mídias tecnológicas os meios frios, pois além de terem um canal amplo para a participação do público também, muitas vezes, necessitam dessa interatividade para existir.

Eduardo Barrére (2013) em seu estudo, sobre o conceito de interatividade, revisa criticamente diversos autores e apresenta diferentes categorizações para o uso e a significação do termo. No que se refere ao contexto da comunicação, e mais especificamente do Jornalismo, Barrére (2013) traz o modelo de interatividade contextual proposto por Jan van Dijk, sendo dividido em quatro níveis: comunicação multilateral, sincronismo, controle e o entendimento. O primeiro fala da dimensão espacial, considerando índices importantes do processo comunicativo como número de atores que participam do processo, quantidade de ações desenvolvidas e o número de alternâncias da comunicação – ação - reação, *feedback*. Também são analisadas a distribuição das ações, o tamanho e a qualidade delas.

No que se refere ao segundo nível, sincronismo, o autor descreve a dimensão temporal. O seguinte, Controle, é determinado a partir da dimensão do comportamento comunicativo. Assim, para que a interatividade possa ocorrer devem ser considerados os números de,

[...] unidades de tempo entre ação e reação; distribuição do tamanho das ações em unidades de tempo; níveis de igualdade na alternância de escolha da comunicação; níveis de igualdade na escolha do tempo, velocidade e continuidade da comunicação; níveis de igualdade na escolha da forma e conteúdo da comunicação e os níveis de igualdade na escolha da mudança da forma e conteúdo da comunicação”. (BARRÉRE, 2013, web)

Finalmente, ainda no modelo proposto por Jan van Dijk e analisado por Barrère (2013, web) a dimensão do 'Entendimento' é a mental e vai buscar as amplitudes "[...] do entendimento do significado das ações dos outros atores; [...] do entendimento do contexto das ações dos outros atores" e para completar o sentido do conceito de interatividade ele ainda observa a "[...] velocidade de adaptação do entendimento com mudança no significado e contexto". (BARRÉRE, 2013, web). É forçoso mencionar que na tese do autor outros cenários são discutidos, bem como diversos referenciais são apresentados. Mas para efeitos deste texto, trataremos apenas destas dimensões aludidas.

Internet como espaço de interação e de interatividade

Com o início da utilização de computadores pessoais nos processos de comunicação, através do surgimento da internet e dos recursos de troca de mensagens, como e-mails e *chats*, a interatividade se converteu em uma ferramenta chave deste meio, o tornando o mais atrativo dos meios de comunicação. Até o surgimento dos computadores com sistemas multimídias, a interatividade era um processo visto de forma mais contida, onde até que alguns autores passam a agregar o conceito de interatividade ao surgimento da rede mundial de computadores, esquecendo-se das formas de interatividades existentes anteriormente. Embora esse fato não seja real, concordamos que a maior interatividade, incluindo aí as interações entre público-mídia e vice-versa, realmente se deu com a utilização global da internet e de sua *world wide web* (WWW) em meados dos anos 2000. A partir do novo século, a possibilidade aglutinadora tornou-se convergente, estabelecendo-se as primeiras alterações e se caracterizando as diferentes dinâmicas entre as pessoas envolvidas nos processos de comunicação. O autor e o leitor, produtor e o consumidor, a fonte e o receptor, entre muitos outros sujeitos integrados no processo comunicativo começaram a trocar de papéis e lugares de forma efetiva, assim como os sistemas e as mídias se alteraram, agregando novas possibilidades e diferentes graus de interatividade.

Toda essa evolução tecnológica, iniciada com o computador e a internet, viabilizaram formas diferenciadas de contato e trocas, comumente encontradas apenas entre conversas reais. As novas estruturas de simulações de ambientes, redes sociais, entre outras, possibilitaram um avanço no campo comunicacional, alterando as bases de comunicação existente. Os resultados dessas mudanças trouxeram um aperfeiçoamento das situações interativas, como por exemplo, os diálogos entre os autores de notícias e seus públicos, agora denominados de usuários, que

por sua vez, se transformam também em autores ao interagirem com outros usuários que consomem o que foi produzido por eles.

As interfaces virtuais, modelos de uso dos recursos de inserção e retorno de informações em ambientes gráficos e sonoros, possibilitaram o contato, ainda que virtual, a compreensão e a exploração dos processos de comunicação. Desta forma, foi valorizada a relação “usuário – máquina – usuário”, onde a máquina fez às vezes do meio e do canal, outrora ocupada pela televisão e demais mídias. Nos ambientes digitais, pode-se extrair o maior sentido de retorno deste canal, testando estímulos e estimulando o *feedback* da comunicação efetuada. Do mesmo modo, a interação passa a ser um objeto de estudo no processo de comunicação. Seja pela análise da compreensão, seja para o entendimento de como se dá essa interação, ou ainda, para estudar as formas possíveis de interação. Assim, concordamos que a interatividade é uma das possibilidades mais concretas para efetivar o estudo do processo de comunicação na web.

Hipermídia

Esta interatividade pode ser discriminada e estudada sob diversos aspectos, seja ele da linguagem hipermidiática utilizada no meio, seja nos processos comunicacionais, ou ainda nas interações restritas aos mais variados níveis, como nas redes sociais, nos fóruns, *chats*, grupos de discussão, nos blogs, através dos comentários e nas postagens, nos sites de jornalismo participativo, entre outros.

Se nos ativermos que a interatividade mediada por computador exigiu mudanças nas formas de comunicação, devemos verificar também que houve alteração na linguagem empregada neste meio, como por exemplo, dos padrões linguísticos empregados, com a incorporação de novos termos e palavras, na forma da escrita rápida utilizada na internet, com abreviações e uso de símbolos, os próprios links e hiperlinks que trouxeram a possibilidade da escrita não linear e sequencial, a incorporação de outras formas de comunicação que não somente a escrita, como vídeos, fotos, entre muitas outras. Deste modo, podemos salientar que a linguagem hipermidiática permitiu uma multiplicação de formatos inseridos em si, como destaca Gosciola (2003), a “[...] linguagem hipermídia agrega um conjunto de linguagens como a fotográfica, a sonora, a visual, a audiovisual e a própria cinematográfica” (p. 35). Como afirma o pesquisador, o interagente, neste sentido, se utiliza não apenas da comunicação para estabelecer contato com o meio, mas amplia seu conhecimento através das experiências de contato com novas formas comunicacionais inseridas no meio virtual.

O usuário estabelece conexões com o meio onde navega através das identificações do mundo exterior nesta nova mídia, interagindo com o meio e muitas vezes, modificando-o. Neste sentido, a interatividade é uma forma de o usuário estabelecer um contato com o já conhecido, aprofundando-se e modificando-se, assim como trocando experiências com os demais interagentes do processo, podendo, inclusive, modificar o próprio processo comunicativo e os múltiplos canais utilizados para a comunicação efetiva. Um exemplo dessa interatividade mútua se dá se compararmos uma pessoa lendo um livro e interagindo com ele, através da leitura, da agregação do conhecimento ou mesmo da manipulação do material. Tal indivíduo irá se modificar, porém, na internet esse processo se dá de forma mais acelerada, pois o contato com o meio proporciona novos conhecimentos visuais, intelectuais, comunicacionais. Essa mesma interatividade pode ser vista na TV digital, onde o público pode “conversar” com a programação, pois há um canal de retorno estabelecido.

TV digital e a interatividade

Podemos afirmar que a televisão alcança razoáveis níveis de interatividade com programas que permitem a participação por telefone, bem como também oferece uma “[...] experiência coletiva, na medida em que você se senta com outras pessoas na frente do aparelho eletrônico” (TAPSCOTT, 1999, p. 25). Mas, como afirma o ex-presidente da Viacom, Frank Biondi, “[...] a televisão é, no fundo, uma experiência passiva, e essa é sua beleza”. Tapscott (1999, p. 19), reforça isso dizendo que “[...] o bom da televisão é que, após um longo dia na escola ou no trabalho, você pode vegetar na frente dela”.

Por outro lado Gobbi (2010) afiança que o processo de mudanças, com o advento das novas tecnologias, trouxe transformações significativas para o ato de “assistir televisão” ou ainda de estabelecer o processo de comunicação, no qual as gerações anteriores estavam acostumadas com uma aparente passividade. O lazer, muitas vezes, considerado como o momento de não fazer nada, de não pensar, de não reagir, mas de simplesmente “vegetar”, descansar o cérebro, está mudando para espaços de interagir, de trocar, de produzir, de participar, entre outras coisas possíveis. E isto não ocorreu/ocorre somente com a televisão, mas com todas as mídias.

Em 1997 era moda falar sobre a *push technology* (tecnologia da imposição), ou *web casting*. Ou seja, em vez de você ir buscar o conteúdo, este é empurrado para a sua tela. Em vez de navegar em busca de informações, os provedores de conteúdo lhe enviam novas informações dentre as categorias que você havia

escolhido anteriormente, como por exemplo, resultado dos jogos dos seus times favoritos, as cotações das ações, a previsão do tempo, etc. (TAPSCOTT, 1999, p. 26).

Isto, de fato, é o que acontece hoje, não só na web, com programas como o Google, que completa suas opções de busca mesmo antes de você dizer o que quer pesquisar; ou mesmo em vários momentos na programação da televisão, onde os conteúdos daquilo que “[...] é melhor para você” estão lá, disponíveis. Mas este cenário está mudando. A Geração Tecnológica-Digital não entende de forma separada os conceitos de acesso de conteúdo armazenado, acesso em tempo real, participação, interação, interatividade etc. E acreditamos que o conceito de Televisão Digital irá possibilitar essa fusão. Ou seja, poderemos acessar as informações de forma assíncrona, como o capítulo da novela que não conseguimos assistir no horário em que foi transmitido, mas também será possível acompanhar a copa do mundo em tempo real. Em outra medida, podemos simplesmente assistir televisão, mas será possível produzir conteúdos, interagir na programação e até mesmo construir sua própria televisão. A escolha será nossa. É parte daquilo que chamamos de interatividade. (GOBBI, 2010, p. 32)

[...] a interatividade nos permite programar melhor nossa vida e integrar o conteúdo que queremos de acordo com as pautas que realmente importam, não aquelas arbitrariamente determinadas por uma rede de televisão (TAPSCOTT, 1999, p. 26).

Como bem definiu Tapscott (1999, p. 26), somos nós que mudaremos esses cenários. Você poderá vegetar diante da tela da sua televisão, mas também poderá participar de um debate público, consultar seu médico, explorar a Amazônia, visitar seu filho na faculdade etc. É uma nova forma de narrar o presente, mediado pelas tecnologias digitais. Sairemos da imposição para aquilo que os especialistas chamam de escolha. E isso se constitui em um dos grandes desafios da Televisão Digital e todas as suas possibilidades.

Os estudos, testes e definições sobre os conceitos e a utilização da Televisão Digital no Brasil são muito recentes. Podemos dizer que eles começaram em 1994, com as primeiras incursões nos três padrões disponíveis: Europeu, com o sistema *Digital Video Broadcasting* (DVB), adotado em mais de cinquenta países (toda a Europa e mais Austrália, Nova Zelândia, Índia, Cingapura e Taiwan); Norte-Americano, com o *Advanced Television Systems Committee* (ATSC), adotado pelos Estados Unidos, Canadá, México e Coreia do Sul e, finalmente o Japonês, com o padrão *Integrated System Digital Broadcasting* (ISDB). Embora a academia tenha

iniciado seus testes em 1996, no padrão MPEG-2¹ em alta definição, é possível afirmar que foi realizado um trabalho conjunto entre a acadêmica e o mercado. (GOBBI, 2010, p. 33)

Bazanini e Donato (2008, p. 40) trazem um relato muito interessante dos vários discursos proferidos nesse primeiro período de estudos, como o do Presidente da Sociedade Brasileira de Engenharia de Televisão (SET) e Diretor de Tecnologia do Sistema Brasileiro de Televisão (SBT), Roberto Franco. Segundo ele,

Fizemos os testes, que até hoje são considerados como os mais profundos e foram base para as propostas que nós fizemos ao ITU sobre metodologia de testes comparativos de sistemas internacionais, que hoje é a recomendação ao ITU sobre comparação, ela nasce com a proposta brasileira. Eu vejo que esse processo de implantação da TV digital é de grande orgulho para a radiodifusão no Brasil e não só a radiodifusão, mas todos os setores envolvidos. Eu falo radiodifusão porque o processo iniciou na radiodifusão e talvez o radiodifusor tenha sido o agente mais envolvido durante toda a história (FRANCO (2008) *apud* BAZANINI e DONATO (2008, p. 41)).

A partir destes resultados, como afirmam Bazanini e Donato (2008, p. 41), os focos de interesses mudaram, principalmente para as indústrias de telecomunicações, que passaram a priorizar o consumidor. Como garante o representante da Telecom, “[...] então a discussão foi muito difícil porque nós já tínhamos uma coisa implantada, mas prevaleceu o bom senso naquela época, porque a discussão era aberta, era pública e era centrada na vantagem para o consumidor. Esse era o ponto central” (FRANCO (2008) *apud* BAZANINI e DONATO (2008, p. 41)).

Na verdade o que assistimos em todo cenário de discussões entre a sociedade civil, governo, academia, indústria e radiodifusores pode ser comparado com o que Michel de Foucault chamou de Teia do Poder. (GOBBI, 2010, p. 33)

[...] ele acreditava que o ‘estímulo ao debate’, ou o início da discussão sobre determinado assunto, leva ao maior conhecimento daquele assunto, o que leva a um poder maior. O poder vem de qualquer pessoa que inicie um debate. O debate forma uma teia que se estende ao grupo de debate, tece seu caminho para fora desse grupo em direção a outras conversações e, às vezes, retorna pelo mesmo caminho, ou por novos, ao ponto de partida. Os fios da teia se ramificam em todas as direções. (TAPSCOTT, 1999, p. 76).

¹ Nota da autora. Este decodificador MPEG-2 permite reproduzir arquivos MPG com compressão MPEG-2 em reprodutores baseados em DirectShow como BSPlayer ou o Windows Media Player, entre outros. Este tipo de compressão está sendo usada em filmes de DVD, assim como nos formatos MPG tipo SVCD, CVD e DVD.

Em outras palavras, conseguiu-se que, mesmo sem unanimidade ou igualdade, os principais atores interessados participassem do diálogo, criando disputas, acordos e que novos focos de análise entrassem em cena. Tanto assim, que em 2003, foi assinado o Decreto 4901¹. Pode-se afirmar que foi a partir de então que as bases gerais e o entendimento do que é Televisão Digital, incluía muito mais que meras questões técnicas, passaram a ser consideradas. Na verdade esse Decreto incluiu os aspectos: político, estratégico e social; ampliando a participação de diversos setores da sociedade civil organizada, abrangendo nesse mote os parceiros, os agentes fomentadores, o governo e a sociedade como um todo.

Porém isso não significou o fim dos entraves, ao contrário. Embora centrados nas mesmas palavras-chave (democratização, integração, desenvolvimento, inclusão digital e cidadania) governo, indústrias de telecomunicações, sociedade civil e a academia não se entendiam. Uns priorizavam os temas, outros defendiam que a tecnologia deveria ser nacional, outros que o foco deveria centrar-se na alta-definição, na robustez do sinal, na abrangência, no custo e assim por diante.

Em 2006, com a queda do Chefe da Casa Civil, José Dirceu, e a entrada do Ministro Hélio Costa², houve uma mudança significativa no cenário comunicativo-tecnológico do País. Como afirmam Bazanini e Donato (2008, p. 45), foi nessa época que o Decreto 5820/06 (em substituição ao Decreto 4901/03), estabeleceu o sistema japonês como o escolhido para ser o padrão definitivo da Televisão Digital no Brasil.

O padrão japonês pode-se afirmar, atendeu “os interesses comerciais dos radiodifusores”, uma vez que não prioriza a convergência das mídias e a multi-programação, mas por outro lado traz substancial adequação a alta e a mono-definição. (GOBBI, 2010, p. 34)

Mas toda essa preocupação das indústrias, governo e teles não pode ser - ingenuamente - encarada somente como a possibilidade de colocar o Brasil na era digital. Existe uma mudança de cenários, onde novos desafios estão sendo lançados, não só em termos de tecnologias, mas na produção de conteúdos e na participação social.

Já faz algum tempo que as audiências televisivas estão caindo entre os jovens. Um dos grandes vilões foi o próprio advento da internet, que possibilitou um mundo sem fronteiras. Em uma pesquisa realizada em 1999, quando perguntando aos jovens quais atividades ele deixaria de fazer para acessar a internet, 30% responderam que deixariam de assistir televisão. Esses

¹ Nota da autora. Embora, conforme afirmam (BAZANINI e DONATO (2008, p. 41)) o Decreto 4901/03 privilegiava o modelo europeu, mas direcionava o foco “no sentido da democratização da informação. (...) O referido Decreto privilegiava a pulverização da mídia, possibilitando, dessa maneira, a inserção de novos players.”

² Nota da autora. Hélio Costa é jornalista e ex-funcionário da Rede Globo de Televisão.

jovens afirmam que “[...] a internet é um elo de comunicação entre você e o mundo, enquanto a televisão é apenas uma fonte de comunicação entre você e o meio de comunicação” (TAPSCOTT, 1999, p. 29). Hoje, os resultados de diversas pesquisas disponibilizadas na web permitem afirmar que esses índices se ampliaram de forma expressiva.

Neste mote era necessário e urgente começar a pensar em mudanças significativas para o meio televisivo. Não bastava mais discutir audiências, inventar novos formatos, priorizar o entretenimento (sem entrar no mérito se é de boa ou má qualidade), colocar uma linha discada para participar em votação, permitir que o público escolhesse o final da telenovela. A geração jovem queria e quer mais do que isso (GOBBI, 2010, p. 34). Acreditamos, como afirma Gobbi (2010), que o principal desafio da Televisão Digital no Brasil será o de enxergar que na outra ponta do processo não há simplesmente tecnologia, mas pessoas. Assim, como aconteceu com a Internet, a televisão deverá possibilitar a conectividade, a ampliação de conteúdos, aplicações em tempo real e aumento de populações de usuários e altos índices de interatividade e de interação. Será necessário definir um novo tipo de transparência, onde no outro extremo da tecnologia e da qualidade estarão as pessoas, a informação, os jogos, as aplicações, os serviços, os amigos e, principalmente os protagonistas. Como bem afirmou Tapscott (1999, p. 37) essa nova geração não verá uma tela, “[...] mas as mensagens de seus amigos, seus *zines*, seus fãs-clube, grupos de bate-papo”, a informação, a interatividade, a conectividade, a resposta imediata, a rede participante etc. É um novo repto, um novo cenário, com atores nascidos digitais e crescendo tecnológicos. (GOBBI, 2010, p. 35)

Não será mais possível trazer somente informação, como “gritam” muitas emissoras em seus *slogans* para manter as audiências. A Televisão Digital deverá converter informação em conhecimento.

Dados em estado bruto são fatos empíricos desorganizados. Quando organizados e definidos de forma inteligível, transformam-se em informação. A informação que foi interpretada e sintetizada, refletindo alguns valores implícitos, torna-se conhecimento. É o conhecimento que transmite reflexões profundas, trans-históricas, pode transformar-se em sabedoria. A nova tecnologia permite que galguemos a ‘cadeia alimentar’ do conhecimento, se quisermos (TAPSCOTT, 1999, p. 31).

Esta Geração Tecnológica-Digital está se libertando da mídia unidirecional e centralizada. São nascidos na *web*, positivos e moldam seu próprio destino. E os adultos, donos das verdades e da sabedoria deverão aprender com essa nova geração. “Jamais a sociedade experimentou esse fenômeno de ter a hierarquia do conhecimento invertida” (TAPSCOTT, 1999, p. 34). Na atualidade, para a juventude, a tecnologia está integrada em suas vidas, faz parte de

seu ambiente e a assimilam, juntamente com as outras coisas. Desta forma a interatividade é parte integrante de todo o processo, não é considerada por eles como apenas mais uma tecnologia ou possibilidade, mas integra todo o processo comunicativo. (GOBBI, 2010, p. 35)

Será que este é o desafio da Televisão Digital, a personalização da televisão? Ou simplesmente devemos assimilar novas maneiras de transformar a informação em conhecimento, de fazer entretenimento, de aprender?

O que percebemos, de modo geral, é que um grande abismo está se formando entre as gerações. Se por um lado os *N-Geners* buscavam na televisão as maneiras de por em prática, de ampliar a comunicação, por outro, a Geração Tecnológica-Digital já nasceu sob o signo de uma mudança do processo comunicativo e estão crescendo sob o signo da tecnológica digital, onde a fronteira do conhecimento é determinada pelo ser humano e não mais pela tecnologia e para atender esse quesito a interatividade é parte fundamental de todo o processo.

Considerações Finais

Pode-se afirmar que fazer uma breve retomada histórica, seguida de reflexões acerca do atual modo de se entender o conceito de interatividade é importante para que se possa construir um panorama real das relações entre essa terminologia e a área da Comunicação midiática.

Consideramos relevante tal estudo pelo fato de acadêmicos e práticos da área de Comunicação, em vários momentos, utilizarem o termo debatido traçando paralelos equivocados, ignorando a existência de reflexões anteriores e utilizando o termo em aplicações errôneas. Portanto, acreditamos que buscando conhecer a origem do termo, suas transformações, especificidades e níveis, é de extrema importância para que, posteriormente, possamos realizar debates específicos referentes as áreas de comunicação que se utilizam dessa ferramenta.

Acreditamos ter dado um primeiro, e pequeno, passo rumo a um caminhar, que se espera ser longínquo, na busca do clareamento da informação, para que, um dia, possamos ter conceitos comunicacionais tão concretos como as definições matemáticas.

Na verdade, como afirma Gobbi (2010), podemos assegurar que não há somente uma revolução tecnológica, as tecnologias digitais de comunicação estão mudando a própria cultura e as formas de encarar o mundo. As relações individuais assumem patamares ampliados nas comunidades virtuais, onde as inter-relações de confiança e colaboração permitem a sobrevivência de inúmeros grupos em rede, experimentando de forma “virtual” o conceito de sociabilidade, num aparente antagonismo conceitual. De fato, é uma nova forma de rever

antigos conceitos. Ou nos adaptamos e aprendemos a utilizá-las ou estaremos fadados ao esquecimento.

REFERÊNCIAS

- BARRÉRE, Eduardo. **Interatividade**. Disponível em: www.lcg.ufrrj.br, acesso maio de 2013.
- BAZANINI, R. e DONATO, M. Estratégias de posicionamento e disputas na implantação da TV Digital no Brasil. In: **Revista Comunicare**. Revista de Pesquisa. Faculdade Cásper Líbero. Vol. 8, nº 2, 2º semestre de 2008, CEIP – Centro Interdisciplinar de Pesquisa. São Paulo: Faculdade Cásper Líbero, 2008.
- BERNARDINI, Gleice. A segunda Tela na TV Digital Brasileira: um estudo dos processos midiáticos interativos. Maria Cristina Gobbi. 2015. 159 f. Dissertação (Mestrado)– Universidade Estadual Paulista. Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, Bauru, 2015. Disponível em: <https://www.faac.unesp.br/Home/Pos-Graduacao/MestradoeDoutorado/Comunicacao/DissertacoesDefendidas/gleice-bernardini.pdf>. Acesso em 20 de jun de 2022.
- ENZENSBERGER, H. M. **Elementos para uma Teoria dos Meios de Comunicação**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1979.
- GOBBI, M. C. Nativos Digitais: Autores na Sociedade Tecnológica. IN: GOBBI, M. C.; KERBAUY, M. T. M. (orgs.). **Televisão Digital: informação e conhecimento** [online]. São Paulo: Editora UNESP; São Paulo: Cultura acadêmica, 2010. Disponível em: <http://books.scielo.org>.
- GOSCIOLA, V. **Roteiro para as novas mídias: do game à TV interativa**. São Paulo: Senac, 2003.
- JENKIS, Henry. **Cultura da Convergência**. ALEXANDRIA, Susana (Trad.). 2ª ed. São Paulo: Editora Aleph, 2008.
- MACHADO, Arlindo. **Hipermídia: O labirinto como metáfora**. In: DOMINGUES, Diana (Org). A Arte no século XXI: a humanização das tecnologias. São Paulo: Fundação Editora da UNESP, 1997.
- MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensão do homem**. PIGNATARI, Décio (Trad) 1964. 4ª ed. São Paulo: Editora Cultrix, 1995.
- MIELNICZUK, Luciana. **Considerações sobre interatividade no contexto das novas mídias**. In: LEMOS, André; PALACIOS, Marcos (Orgs.). Janelas do Ciberespaço: Comunicação e Cibercultura. Porto Alegre: Ed. Sulina, 2000.
- MIELNICZUK, Luciana. **Interatividade como dispositivo do Jornalismo Online**. Grupo de Pesquisa em Jornalismo Online. UFBA. 2000. Disponível em < http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2000_mielniczuk_interatividadedispositivo.pdf>. Acesso em: 28 de abril de 2013.
- SILVA, Marco. **O que é interatividade**. Disponível em: <<http://www.senac.br/BTS/263/boltec263c.htm>>, acesso maio 2013
- TAPSCOTT, Don. **Geração digital**. A crescente e irreversível ascensão da Geração Net. São Paulo: Makron Books, 1999.

TAPSCOTT, Don. **Growing Up Digital**. The rise of the Net Generation. McGraw-Hill, 1999.

VAN DIJK, Jan. **Modelo de interatividade contextual**. Disponível em: <http://www.tr.wou.edu/dblink/vandijkFT.htm>, acesso maio de 2013.

VITTADINI, N. **Comunicar con nuevos media**. In: BETTETINI, Gianfranco; COLOMBO, Fausto. Las nuevas tecnologías de la comunicación. Tradução de Juan Carlos Gentile Vitale. Barcelona: Paidós, 1995.

WILLIAMS, R. **Television: technology and cultural form**. Hanover: Wesleyan University Press, 1992.

Interatividade na TV Pública: Primeira Experiência com Famílias de Baixa Renda na América Latina¹

Kellyanne Carvalho ALVES²

Diolinda Madrilena FEITOSA SILVA³

Guido Lemos de SOUZA FILHO⁴

Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, PB

RESUMO

Este artigo traz uma revisão atualizada e ampliada das discussões registradas em trabalho publicado em 2013, no GP Mídia, Culturas e Tecnologias Digitais na América Latina. Apresentou-se os resultados do projeto piloto Brasil 4D, por meio do qual foram testados, pela primeira vez na América Latina, com 100 famílias beneficiárias do extinto Programa Bolsa Família, os recursos proporcionados pela digitalização da televisão, com ênfase para a interatividade. Por meio de um canal digital interativo, o projeto Brasil 4D realizou testes, entre 2012 e 2013, em três bairros de João Pessoa. Este trabalho relata as etapas de execução do projeto e traz impressões dos telespectadores, a partir do convívio com a tecnologia digital, além dos resultados das pesquisas de impacto socioeconômico e cultural do Projeto Brasil 4D. A experiência e metodologia serviram de base para a continuidade do projeto Brasil 4D, em Brasília, e para futuros projetos e pesquisas em TV digital empreendidos pelo Núcleo Lavid, da UFPB. Também colaboraram para o desenvolvimento de políticas públicas de distribuição gratuita de kits digital (antena digital, conversor e cabo) aos beneficiários dos programas sociais do Governo Federal, inscritos no CadÚnico, durante o desligamento do sinal analógico em 1.379 cidades brasileiras.

PALAVRAS-CHAVE: TV pública digital; interatividade; inclusão digital; programas sociais.

INTRODUÇÃO

¹ Artigo apresentado no GP Mídia, Culturas e Tecnologias Digitais na América Latina do XII Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, em 2013. Esta versão foi revisada e atualizada para a publicação neste e-book “Memória e trajetória do GT América Latina da INTERCOM: uma década, diferentes olhares”.

² Doutora em Comunicação pelo PPGCOM-UFPE, pesquisadora credenciada do Núcleo Lavid-UFPB, e-mail: kellyanne@lavid.ufpb.br.

³ Jornalista/UFPB e Núcleo Lavid/UFPB. Mestra em TV Digital pela FAAC-UNESP. e-mail: madrilena@uol.com.br

⁴ Orientador do trabalho. Professor da Pós-Graduação em Informática da UFPB. e-mail: guido@lavid.ufpb.br

Nas duas primeiras décadas dos anos 2000, o Brasil vivenciou um período de pesquisas, desenvolvimento e implementação do sistema de televisão digital terrestre. Mattos (2010), ao estudar as fases da televisão brasileira, classifica o período de 2000 a 2010 como a fase da convergência e qualidade digital. De acordo com Mattos (2010), essa fase é marcada pela implementação do sistema de televisão digital. É nesse período que ocorrem as pesquisas para a escolha e desenvolvimento do padrão brasileiro.

Nessa época, a popularidade que a televisão alcançava no Brasil, onde quase 100% dos lares tinham um aparelho, levou o Governo Federal a investir mais na melhoria do sistema de transmissão e recepção de sinais. Ele vislumbrava que as potencialidades desse meio poderiam ser mais bem exploradas para democratizar o acesso da população à informação, livre e gratuita. Mais de 50% dos municípios brasileiros já contavam com transmissão digital. Em 2003, o Governo Lula instituiu o Sistema Brasileiro de TV digital Terrestre (SBTVD-T) que, dentre outras finalidades, visava promover a inclusão social, por meio do acesso à tecnologia digital (Decreto 4.901). Outro objetivo do Governo, ao implementar esse sistema, foi estimular a pesquisa em tecnologia digital nas universidades e institutos nacionais, além de fomentar a expansão da indústria nacional relacionada à tecnologia de informação e comunicação.

Cerca de 1.200 pesquisadores e técnicos e 79 entidades, distribuídas em 18 consórcios, formaram parcerias, objetivando desenvolver um sistema de tecnologia digital brasileiro que viria a se tornar referência internacional. Após diversas pesquisas e discussões entre universidades, mercado e governo, o Governo Federal decidiu pela adoção do sistema nipo-brasileiro de TV digital, em 2006. Em 2 de dezembro de 2007, em São Paulo, o presidente Luís Inácio Lula da Silva inaugurou a primeira transmissão oficial de televisão digital no Brasil.

Nos estudos sobre a história da televisão brasileira, a sétima fase denominada por Mattos (2010, p.27) é “a fase da portabilidade, mobilidade e interatividade digital (2010)”. A partir de 2010, com a entrada das novas mídias digitais e o desenvolvimento da internet mais colaborativa, as emissoras brasileiras precisam buscar novas formas de aproximação com suas audiências por meio da interatividade. Mattos (2010) aponta nessa fase a possibilidade de uma reestruturação dos modelos de negócio do mercado televisivo frente ao espaço conquistado pelas novas mídias digitais.

É nesse cenário que se estruturou o Projeto Piloto Brasil 4D, realizado no município de João Pessoa e idealizado pela Empresa Brasil de Comunicação (EBC). Foi a primeira iniciativa do governo brasileiro que proporcionou a famílias de baixa renda o acesso a uma programação digital e interativa. Os conteúdos ofereciam informações sobre serviços essenciais do Governo

Federal sem ônus para esses cidadãos. Ao longo de seis meses, de dezembro de 2012 a junho de 2013, foram realizados testes com esse público-alvo, concretizando a primeira experiência de interatividade na TV pública, aberta e digital brasileira voltada para uma classe de menor poder aquisitivo e beneficiária do Programa Bolsa Família.

Todo o projeto foi concebido de acordo com os princípios que nortearam a implantação do SBTVD-T. Um dos pilares dessa política concebeu que a TV digital poderia mudar o conceito de ver TV no país. Isso se daria com um projeto desenvolvido pelo estado brasileiro que pretendia mudar a forma de funcionamento e operação das emissoras públicas de TV (EBC, 2012)¹. Dentre essas mudanças, estava o projeto Operador da Rede Nacional de Radiodifusão Pública Digital Terrestre (RNTPD), uma plataforma que pretendia ser implementada pela política da EBC, na época. O RNTPD objetivava oferecer às emissoras públicas a possibilidade de transmitirem seus canais de TV digital em todo o país por meio de uma infraestrutura unificada, pensada a partir de 4Ds: Desenvolvimento, Democracia, Diversidade e Digital. Os canais distribuídos por esse sistema deveriam funcionar em multiprogramação, difundir conteúdos em alta definição para terminais fixos, móveis ou portáteis, e propiciar interatividade.

A intenção era que esse operador único viabilizasse a migração dos sinais das emissoras públicas do padrão analógico para o digital, alcançando todas as capitais e cidades com mais de cem mil habitantes. Isso representaria sinal de mais qualidade e a custo inferior para as emissoras do campo público, atendendo a 63% da população brasileira. O Brasil 4D, portanto, foi parte de um conjunto de ações empreendidas, no âmbito no Governo Federal, que, entre outras finalidades, buscava tornar a TV digital a porta principal de acesso das políticas governamentais e serviços essenciais à casa do cidadão.

A experiência do projeto Brasil 4D com famílias moradoras de três bairros periféricos de João Pessoa foi analisada durante os três primeiros meses de execução do projeto, de dezembro de 2012 a fevereiro de 2013. Os pesquisadores contratados pela EBC, Banco Mundial e Governo da Espanha, parceiros do projeto, mapearam os impactos socioeconômicos e culturais nas famílias pelo uso da nova tecnologia e acesso aos conteúdos dos serviços públicos do Governo Federal.

Em 30 de agosto de 2013, a EBC e o Banco Mundial lançaram o relatório “Brasil 4D: Estudo de Impacto Socioeconômico sobre a TV Digital Pública Interativa” em formato de livro

¹ Vídeo institucional do projeto produzido pela EBC. Disponível em: http://www.youtube.com/watch?v=O__SW8v_1gE&feature=youtu.be. Acesso em 10 julho 2013.

impresso e digital (ABDALLA; CHIANCA; CASTILLEJO, 2013). Os resultados apontados no relatório foram apresentados ao governo com a intenção de orientar as próximas políticas públicas de inclusão digital, via serviços interativos na TV pública terrestre. Alguns dos dados obtidos nesse relatório serão debatidos, neste capítulo, na parte final das análises.

O projeto Piloto Brasil 4D, em João Pessoa, coordenado pela EBC e desenvolvido pelos pesquisadores do Núcleo Lavid, da Universidade Federal da Paraíba (UFPB), foi fundamental para o desenvolvimento de outras políticas no processo de implantação e transição do sinal analógico para o digital no Brasil. Essa experiência foi um exemplo bem-sucedido de formas de inclusão digital de pessoas em situação de vulnerabilidade. Uma das estratégias dos pesquisadores do Lavid foi firmar parceria com a Secretaria Municipal de Desenvolvimento Social. Isso oportunizou a participação de assistentes sociais e psicólogas dos Centros de Referência de Assistência Social (CRAS), profissionais fundamentais para que os pesquisadores pudessem identificar quais famílias de baixa renda, cadastradas em programas sociais do Governo Federal, teriam perfil para participar do Projeto Brasil 4D.

A metodologia desenvolvida durante o projeto foi replicada em outras pesquisas sobre televisão digital, realizadas, posteriormente, pelo Governo Federal e com a participação do Núcleo Lavid. Também serviu de exemplo para a execução da segunda etapa do Brasil 4D, no Distrito Federal. O projeto piloto desenvolvido em João Pessoa também se constituiu em referência para o desenvolvimento de políticas nacionais de migração do sistema analógico para o digital, empreendidas nos anos seguintes e que envolveram a doação dos conversores digitais para famílias inscritas no CadÚnico.

Com base nos resultados do projeto piloto Brasil 4D, a EBC conseguiu apoio governamental para implementar o projeto Brasil 4D na Capital Federal. O projeto foi lançado, em Brasília, no dia 17 de fevereiro de 2014, inicialmente para um grupo de 60 famílias de Samambaia, que fica na região administrativa. Depois, o projeto foi ampliado para alcançar a marca de 300 famílias na cidade de Cinelândia. Esse projeto contemplou famílias beneficiárias do Programa Bolsa Família e DF Sem Miséria (AGÊNCIA BRASIL, 2014)¹.

No dia 01 de março de 2016, o Brasil começou o chamado apagão do sinal analógico, por meio da migração para o sistema de transmissão digital, iniciando, primeiramente, em algumas capitais brasileiras. Toda política de transição do sinal de TV analógico para o digital foi coordenada pela Entidade Administradora da Digitalização (EAD), uma instituição não

¹ Reportagem Sabrina Craide. Famílias do Distrito Federal já podem marcar consultas pela TV Digital. AGENCIA BRASIL. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/pesquisa-e-inovacao/noticia/2014-02/familias-do-distrito-federal-ja-podem-marcar-consultas-pela-tv-0>. Acesso em: 22 jul. 2022.

governamental e sem fins lucrativos. A EAD foi criada pela Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel). A cidade escolhida para a realização dos primeiros testes de transmissão digital foi Rio Verde, um pequeno município do Estado de Goiás.

Antes disso, ocorreram muitas discussões entre governo, empresas, entidades e universidades. Uma delas resultou na condição para o desligamento: a meta de que 93% dos domicílios dos municípios deveriam possuir conversores ou aparelhos aptos a receberem o sinal de TV digital. Norma que foi regulamentada na Portaria N° 378/2016/SEI-MC, de 10 de março de 2016, emitida através do Ministério da Ciência, Tecnologia, Inovações e Comunicações (MCTic) (ALVES, 2022, p.114).

Por meio dessa portaria do MCTic de 2016, o desligamento do sinal só poderia ocorrer quando quase a totalidade das famílias brasileiras possuísem um aparelho de TV digital ou um conversor. A EAD operacionalizou a distribuição de kits gratuitos (antena digital, conversor e cabo) aos beneficiários dos programas sociais do Governo Federal, inscritos no CadÚnico. Também foram desenvolvidas campanhas de comunicação e conscientização juntos aos beneficiários do CadÚnico.

A EAD foi a responsável por essas ações nas cidades brasileiras, visando alcançar o desligamento do sinal analógico, em conformidade com o cronograma definido pelo MCTic. A previsão de conclusão do processo de desligamento do sinal analógico é o ano de 2023. O Governo Federal criou o Programa Digitaliza Brasil, que estabelece diretrizes para a conclusão do processo de digitalização em municípios de pequeno e médio porte. De acordo com a Agência Brasil, o Ministério das Comunicações e a Anatel, por meio desse programa, planejam concluir até o próximo ano a migração do sinal digital de televisão terrestre com 100% do alcance em território nacional. (AGÊNCIA BRASIL, 2021)¹.

Os brasileiros esperam, há quase duas décadas, o encerramento das transmissões analógicas nos sinais televisivos. Desde a publicação do Decreto 4.901/2003, que estabeleceu o SBTVD, e do Decreto 5.820/2006, que dispôs sobre a implantação e encerramento das transmissões analógicas, em um período de até dez anos, uma sequência de acontecimentos vem postergando o esperado apagão analógico. Fator que demandou do Governo Federal alterações no cronograma e no arcabouço normativo. Esses entraves vêm desde as dificuldades para fazer chegar à tecnologia a telespectadores até problemas para estabelecer acordos com o

¹ Reportagem Pedro Ivo de Oliveira. Sinal digital de TV já chega a 90% dos brasileiros. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2021-04/sinal-digital-de-tv-ja-chega-90-dos-brasileiros>. Acesso em: 20 jul. 2022.

segmento da radiodifusão e empresas de telefonia, ambas beneficiárias da faixa de frequência de 700MHz. Essa faixa foi liberada com o desligamento do sinal analógico.

Em 2022, enquanto o mundo acompanha a evolução da TV 3.0, o novo padrão de TV digital disruptiva, o Brasil ainda não realizou o desligamento do sinal analógico em 1.280 municípios. Isso equivale a cerca de 1/4 das cidades brasileiras. O Tribunal de Contas da União (TCU) aponta o risco de esses municípios ficarem sem a tecnologia digital até 2023, prazo estabelecido pelo Ministério das Comunicações para finalizar as transmissões analógicas (SECOM TCU, 2022)¹. Conforme fiscalização realizada pela Corte de Contas, embora o Governo Federal tenha implementado o Programa Digitaliza Brasil, um total de 33 cidades ficariam desprovidas de qualquer sinal de TV em 2023. Isso se traduz em 2,2 milhões de habitantes ameaçados pelo chamado apagão televisivo. Nesses municípios, as empresas de TV não estão presentes, mas permitem a retransmissão de seus sinais, mediante outorga ministerial às Prefeituras, que, no entanto, não dispõem de recursos para a troca dos equipamentos analógicos (SECOM TCU, 2022).

O Ministério das Comunicações está direcionando parte dos recursos remanescentes do leilão de 4G, via Programa Digitaliza Brasil, para investir na digitalização de TV nesses municípios. Está previsto um aporte de R\$ 844 milhões para atender essa demanda, de modo que entre 2022 e 2023 sejam digitalizados os canais analógicos de TV em mais de 1.600 cidades do País, abrangendo 23 milhões de habitantes. De acordo com a Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel), em 2014, o Brasil contava com 542 estações de TV e 11.308 estações de RTV. RTV é o Serviço de Retransmissão de Televisão, que se destina a retransmitir, de forma simultânea ou não, os sinais de uma estação geradora de televisão (CONVERGENCIA DIGITAL, 2022)².

Após esta demarcação histórica da presente pesquisa, desenvolvida há uma década, e sua contribuição para o cenário atual de televisão digital, apresenta-se os conteúdos interativos produzidos na época e baseados em padrões de usabilidade e navegação, definidos por teóricos como Norman (1999, 2013). Faz-se uma atualização da discussão dos primeiros resultados da audiência do canal interativo, desenvolvido pelo projeto Brasil 4D com conteúdos voltados para famílias inscritas no CadÚnico. Esses resultados da recepção foram obtidos a partir do

¹ SECOM TCU. Municípios com transmissão analógica poderão não ter TV digital até 2023. Disponível em: <https://portal.tcu.gov.br/imprensa/noticias/municipios-com-transmissao-analogica-poderao-nao-ter-tv-digital-ate-2023.htm>. Acesso em: 20 jul. 2022.

² CONVERGENCIA DIGITAL. Por Juarez Quadros do Nascimento. A transição da TV analógica para digital no Brasil. Disponível em: <https://www.convergenciadigital.com.br/Opiniao/A-transicao-da-TV-analogica-para-digital-no-Brasil-60661.html>. Acesso em: 20 jul. 2022.

monitoramento dos acessos aos conteúdos interativos, feitos pelos pesquisadores do Lavid/UFPB. Este capítulo também apresenta resultados do relatório “Brasil 4D: Estudo de Impacto Socioeconômico e Cultural sobre a TV Digital Pública Interativa” (2013), publicado pela EBC com apoio do Banco Mundial e Governo da Espanha.

A Execução do Brasil 4D em João Pessoa - PB

A viabilização da execução do Projeto Brasil 4D deu-se na EBC, a partir da sua Superintendência de Suporte. Esta formou uma grande rede colaborativa com universidades, empresas e instituições públicas que se integraram visando contribuir com a infraestrutura necessária para atender às demandas de uma cadeia de produção televisiva com transmissão digital interativa e multiprogramação. No âmbito das instituições de ensino superior, o Brasil 4D contou com a colaboração da Universidade Federal da Paraíba (UFPB), por meio do Núcleo de Pesquisa e Extensão Lavid e da TV UFPB; da Universidade Católica de Brasília (UCB) e da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC).

Essas instituições desenvolveram vídeos com aplicações interativas para serem testadas junto a 100 famílias de baixa renda beneficiárias do Programa Bolsa Família, moradoras dos bairros de Colinas do Sul, Mandacaru e Cristo Redentor, em João Pessoa. O Banco do Brasil também disponibilizou um aplicativo que ensinava ao cidadão como realizar o planejamento financeiro pessoal. A coordenação nacional foi realizada pelo superintendente de Suporte da EBC, André Barbosa Filho.

Coube ao Núcleo Lavid/UFPB coordenar a implantação do projeto na capital paraibana, além do monitoramento de todas as etapas do projeto, até a sua conclusão, em junho de 2013. A coordenação do Brasil 4D, em João Pessoa, ficou sob a responsabilidade do coordenador do Núcleo Lavid, Guido Lemos, e da jornalista e pesquisadora em TV digital, Madrilena Feitosa.

Os aplicativos interativos para o projeto Brasil 4D foram desenvolvidos utilizando o *middleware* Ginga, camada de software que permite a interatividade e a interoperabilidade entre os diferentes padrões de TV digital. O Ginga é uma criação brasileira em código aberto que foi desenvolvida nos laboratórios da PUC-RJ e do Núcleo Lavid/UFPB. É o primeiro padrão tecnológico desenvolvido no país a ser reconhecido pela União Internacional de Telecomunicações (IPEA, 2012). Um dos fatores determinantes para a escolha da capital paraibana para a realização dos testes interativos foi o fato de o Lavid ser um núcleo de

referência em projetos de TV digital e já vir dando suporte a essa e outras iniciativas desse segmento.

Também na Paraíba, outros parceiros fundamentais para a concretização dessa iniciativa foram a Secretaria de Desenvolvimento Social da Prefeitura de João Pessoa (Sedes), a Câmara Municipal de João Pessoa e a TV Câmara. A secretaria municipal contribuiu com a seleção dos bairros e das 100 famílias que iriam se integrar ao projeto, além de dar suporte às equipes de profissionais engajados na execução das diversas etapas do Brasil 4D. A transmissão dos vídeos interativos foi realizada por meio da TV Câmara, canal 61, aberto e digital. O piloto foi desenvolvido com o apoio da Câmara Federal, que exibiu sua programação em alta definição, por meio do canal 61.2, para as famílias beneficiadas com o projeto. Os demais canais, todos em multiprogramação, 61.1 e 61.3, reproduziam, respectivamente, a programação nacional da TV Brasil e o Canal de Serviços da EBC produzida pelas três universidades. Canal de Serviços foi o nome do canal criado para exibir exclusivamente para as 100 famílias a programação interativa,

Um *pool* de empresas se associou à iniciativa, dentre elas a TOTVS, que desenvolveu um aplicativo que permitiu um registro remoto, via 2G, de todos os acessos das famílias aos conteúdos interativos exibidos por meio do Canal de Serviços da EBC. A antena instalada na torre da TV Câmara de João Pessoa foi cedida pela empresa Mectrônica e o transmissor foi uma concessão da Harris. As companhias de telefonia celular Oi e Claro forneceram modems e chips, enquanto a empresa D-Link cedeu os *set-top boxes*, receptores de TV digital que foram instalados em todas as residências. Cada uma das 100 famílias participantes do projeto recebeu em casa uma antena UHF, um controle remoto e um conversor de sinal (*set-top box*).

A primeira transmissão digital, por meio do canal 61.3, foi realizada em 12 de dezembro de 2012 e coincidiu com a data de inauguração do sinal em alta definição da TV Câmara de João Pessoa. A primeira exibição dos vídeos interativos produzidos pelas universidades, assim como o aplicativo do Banco do Brasil, foi realizada no bairro Cristo Redentor, na casa de Adair Ferreira Lima, uma das beneficiadas pelo projeto. A transmissão foi acompanhada por um grande público, formado por vereadores do poder legislativo municipal; deputados estaduais; representantes da Secretaria de Desenvolvimento Social de João Pessoa; o presidente da EBC, Nelson Breve; empresas parceiras; beneficiários do Bolsa Família e integrantes do Núcleo Lavid e TV UFPB.

Nos três primeiros meses de execução do projeto, o Banco Mundial realizou duas pesquisas junto às famílias participantes do projeto Brasil 4D na capital paraibana. Na pesquisa, também foi realizado um vídeo documentário da pesquisa sociocultural denominado “Projeto

Piloto Brasil 4D João Pessoa”. O documentário teve a supervisão da professora e pesquisadora da UFPB, Luciana Chianca, consultora contratada pelo Banco Mundial, e direção e roteiro da pesquisadora Kellyanne Alves. “O material enfocou a dinâmica da pesquisa, o cotidiano do bairro e os beneficiários do projeto, público-alvo de entrevistas, questionários e observações prolongadas” (ABDALLA; CHIANCA; CASTILLEJO, 2013, p.24).

Os resultados foram apresentados ao governo brasileiro e auxiliaram futuras políticas públicas de inclusão digital, por meio da TV. Um resultado foi a adoção da política de distribuição de kits gratuitos com antena digital, conversor e cabo aos beneficiários dos programas sociais do Governo Federal inscritos no CadÚnico. De acordo com o relatório do programa de distribuição de kits da EAD¹, foram entregues 12.436.738 kits durante o período do desligamento do sinal de TV analógico ocorrido em 1.379 cidades brasileiras até março de 2019.

Análise do Aplicativo Cursos e Empregos do Canal de Serviços

O Canal de Serviços da EBC, um canal em multiprogramação, exibido pela TV Câmara de João Pessoa, por meio da frequência 61.3, registrou um número de quase mil acessos por beneficiários do Programa Bolsa Família de João Pessoa. Em seis meses de transmissões interativas, as 100 famílias usuárias do sistema demonstraram predisposição e interesse em interagir com os conteúdos veiculados. Elas demonstraram, com raras exceções, um mínimo de conhecimento operacional no uso do controle remoto, embora se tratasse de um público-alvo com baixa escolaridade.

Concebidas e desenvolvidas para oferecerem o menor grau de complexidade e dificuldade à audiência, as aplicações interativas apresentavam fácil usabilidade e eram percebidas como tal. Os conteúdos interativos permitiram aos telespectadores fazer escolhas durante a programação usando as teclas coloridas do controle remoto para acessar o menu principal com as teclas convencionais de entrar, *play*, sair, além das setas que indicam que o usuário deve seguir adiante ou retroceder. Nesse aspecto, Nielsen (1994) afirma que a usabilidade é uma propriedade com componentes múltiplos e deve ser fácil de aprender, eficiente na utilização e de fácil memorização. Teixeira (2009) no seu livro sobre a interação e usabilidade na televisão digital destaca as recomendações proposta por Nielsen (2009) no seu

¹ Relatório da EAD - Programa de Distribuição de Kits - Visão 18/03/2019. Disponível em: <https://sejadigital.com.br/nossahistoria/documentos/relatorio-de-distribuicao-de-kits-nacional/>. Acesso em: 20 jul. 2022.

site², ao destacar que: “Nielsen recomenda que as interfaces sejam construídas com os elementos mais simples, sem muito rebuscamento, uso de tecnologias ou formatações que dificultem uma leitura fluente, sobretudo para usuários menos experientes” (TEIXEIRA, p. 104).

Todo o projeto de usabilidade primou pela realização de uma interface interativa que proporcionasse ao usuário fazer opções na programação exibida pelo Canal de Serviços. A interface foi pensada a partir da utilização de recursos disponíveis no controle remoto e com os quais as famílias já tinham familiaridade. Um exemplo foi o uso do controle remoto para o acesso aos canais convencionais da programação da TV aberta e na execução de comandos padrão no uso dos aparelhos de DVD, que reproduziam filmes e outros conteúdos. Estes incluíam-se entre os aparelhos eletroeletrônicos que estavam entre os itens de consumo das classes de baixa renda no país.

Norman (2013) descreve usabilidade com base em princípios de design, de modo que determina o que os usuários devem ver e fazer ao realizarem operações utilizando produtos interativos. Assim é que o autor descreve alguns princípios mais comuns de design com foco em usabilidade, dentre eles a visibilidade, *feedback*, restrições, mapeamento e consistência. Visando tornar a navegação mais intuitiva e amigável, a tela principal do Canal de Serviços (figura 01) apresentou quatro ícones que davam a opção de acesso a três vídeos interativos e seus aplicativos, cada um representando as quatro cores do controle remoto. O quarto menu era para acesso ao aplicativo do Banco do Brasil, no qual constava apenas a aplicação, em telas interativas, sem fluxo de vídeo.

O menu principal do Canal de Serviços estava assim apresentado: no lado direito da tela ficavam dispostos os ícones dos quatro aplicativos. No alto, aparecia o ícone do aplicativo Benefícios, na cor azul. O aplicativo Cursos e Empregos, com informações sobre vagas de cursos gratuitos e emprego do Sine, foi apresentado logo abaixo com um ícone na cor amarelo; o ícone que dava acesso a informações sobre serviços essenciais da área de saúde do Governo Federal apareceu na cor verde, enquanto o Banco do Brasil disponibilizava o ícone na cor vermelha.

² Useit.com era o website pessoal do pesquisador Jakob Nielsen em 2009. Jakob Nielsen juntamente com Don Norman fundaram a empresa Nielsen Norman Group, que se dedica a melhorar a experiência cotidiana do uso da tecnologia. Disponível em: <https://www.nngroup.com/>. Acesso em: 19 jul. 2022.



Figura 01. Tela principal do Canal de Serviços – EBC

O design da tela principal do Canal de Serviços apresentava, também, uma imagem de um controle remoto padrão, semelhante ao modelo distribuído para os beneficiários do Bolsa Família, integrantes do Projeto Brasil 4D. Complementando o quadro aparecia no alto, à esquerda, a identificação Canal de Serviços, além da apresentadora, no centro. Ela informava ao telespectador as funções do menu de opções, explicando como o usuário deveria operar para ter acesso aos conteúdos desenvolvidos pelas universidades e Banco do Brasil.

O aplicativo Cursos e Empregos (figura 02), desenvolvido na UFPB, foi concebido tendo como estratégia a utilização das cores do controle remoto para diferenciar as opções de acesso à interatividade na programação. Assim, cada cor tinha uma função diferenciada, de modo a facilitar a navegação do usuário. Sempre que no fluxo de vídeo o apresentador informava que uma aplicação interativa estava à disposição do usuário, os ícones com as opções de acesso às telas interativas apareciam em uma barra de menu na parte inferior do vídeo, de forma bem perceptível (figura 02).



Figura 02. Uma das telas de acesso à interatividade no aplicativo Cursos e Empregos

Em todas as telas, os ícones que davam acesso a informações sobre Cursos, Documentos e Empregos sempre apareciam na cor amarela, a mesma que identificava o aplicativo da UFPB na tela principal do Canal de Serviços. A mesma estratégia de visibilidade ocorreu com a proposta de interface para o recurso chamado Jogos, que, em diversas telas interativas, testava os conhecimentos dos interagentes. “É com isso que o designer de interface deve se preocupar: o usuário percebe que clicando naquele objeto é uma ação significativa e útil, com um resultado conhecido?” (NORMAN, 1999, p. 40, tradução nossa).

Esses recursos estão em sintonia com o princípio da visibilidade, descrito por Norman (1988). Segundo este autor, quanto mais visíveis forem as funções do sistema, melhor os usuários saberão como proceder. A visão do autor é explicada por Teixeira (2009) no contexto das interfaces para aplicativos de televisão, ao dizer que:

Nas interfaces os atalhos costumam cumprir esse papel, de maneira que as principais funções – que são executadas com maior frequência – estão sempre dispostas aos olhos do interagente. Na tela da televisão, uma ação relevante e de possível execução em um determinado instante ou período da narrativa deve apresentar-se como óbvia, sem ser inconveniente aos que não optarem pela interação (TEIXEIRA, 2009, p. 108).

Ao longo de seis meses de exibição dos conteúdos interativos, por meio do Canal de Serviços da EBC, as informações sobre vagas de cursos e empregos disponibilizadas nas telas interativas do aplicativo foram atualizadas com regularidade. Isso permitiu que o telespectador do Bolsa Família pudesse saber, sem sair de casa, pela TV, a oferta de cursos gratuitos do

Programa Pronatec, assim como, a disponibilidade de vagas de emprego do Sine para diversas profissões. As vagas oferecidas exigiam que o candidato tivesse o ensino fundamental e/ou médio. Esses eram níveis de instrução da grande maioria dos participantes do projeto.

A atualização dessas informações foi realizada sem alterar o design gráfico e a interface como um todo das telas interativas. Isso visou proporcionar ao interagente segurança sobre os efeitos de suas ações, gerando, assim, um mesmo padrão de comportamento do usuário todas as vezes que interagiu com o aplicativo para saber sobre a oferta de vagas para emprego e cursos. As mudanças estiveram restritas apenas ao texto informativo, tendo sido mantidos os ícones e cores na barra de menu, localizada na parte inferior da tela.

A transferência de conhecimento entre aplicações de uso semelhante foi uma característica predominante no aplicativo Cursos e Empregos, atendendo ao princípio da consistência, uma das características do design para a usabilidade. Sobre o princípio da consistência nas interfaces de aplicativo para televisão, Teixeira (2009) afirma que:

Além de aplicações de uso mais simples, o contexto social da TV digital sugere que os padrões visuais e de comportamento do interagente sejam regulares ao longo da interação com um mesmo aplicativo e que o conhecimento originado em uma experiência também possa ser aproveitado em outros momentos (TEIXEIRA, 2009, P. 116).

Outra característica do aplicativo Cursos e Empregos que reforçou a opção por uma navegação consistente foi o uso do recurso de audiodescrição em todas as telas interativas. Ela teve a finalidade de permitir que o maior número de pessoas participantes da pesquisa pudessem compreender os conteúdos veiculados, independentemente do grau de escolaridade. Apenas o aplicativo Cursos e Empregos, desenvolvido pela equipe do Núcleo Lavid/UFPB e TV UFPB, apresentava esse recurso diferencial da audiodescrição. Todas as informações apresentadas nas telas interativas, na forma de textos, eram reproduzidas em áudio, indicando, por exemplo, qual a cor do botão do controle remoto que deveria acionar para essa ou aquela opção.

Comparativo com outros aplicativos do Canal de Serviços

Entre os três vídeos interativos produzidos apenas o roteiro do aplicativo Cursos e Empregos, de autoria das pesquisadoras Kellyanne Alves e Madrilena Feitosa, estruturou a interatividade em bifurcação. Esse roteiro, com duas opções iniciais de navegação, era informado ao telespectador por um apresentador chamado Marcello Píancó (in memoriam), que, na época, era um humorista conhecido na Paraíba. Em alguns segundos de fluxo de vídeo esse apresentador explicava à audiência que era possível escolher entre ver as três histórias de famílias, que participavam do projeto Brasil 4D, ou ir direto para as telas interativas, um atalho que levava o interagente direto para as informações sobre Documentos, Cursos e Empregos.

Ele informava que se optasse por ver as histórias, iria assistir ao vídeo com dona Simone dos Santos, que explorava a temática Documentos; a segunda história versava sobre a vida da família de dona Adair Ferreira Lima, e, na sequência, a história de Dona Maria Helena. Depois de assistir a qualquer uma das opções de roteiro, a audiência iria encontrar, no final, um vídeo com o mesmo apresentador, oferecendo a opção de sair e voltar ao menu principal do Canal de Serviços ou de aguardar e ver novamente o aplicativo Cursos e Empregos.

O primeiro menu da aplicação Cursos e Empregos, estava disposto numa barra na parte inferior da tela, continha os ícones:

Histórias: ícone amarelo, criado para dar acesso aos vídeos. Ao ativar essa opção o interagente seguia a sequência de vídeos sobre Documentos, Cursos e Empregos e encerramento. É importante destacar que em cada passagem de um programa ao outro o apresentador também estimulava o telespectador a interagir escolhendo entre acessar informações sobre Documentos, Cursos e Empregos ou participar do jogo de perguntas relacionadas à temática do programa. Após a interação, o telespectador retornava ao fluxo de vídeo assistindo ao próximo programa. Isso foi possível porque o teste foi realizado em multiprogramação e cada vídeo possuía o mesmo tempo de duração;

Informações: ícone na cor azul que disponibilizava as informações sobre como, onde e o que era preciso para obter cada documento (RG, CPF e Carteira de Trabalho). Também dava acesso a cursos com informações de vagas ofertadas pelo PRONATEC e empregos com vagas ofertadas semanalmente pelo Sine de João Pessoa.

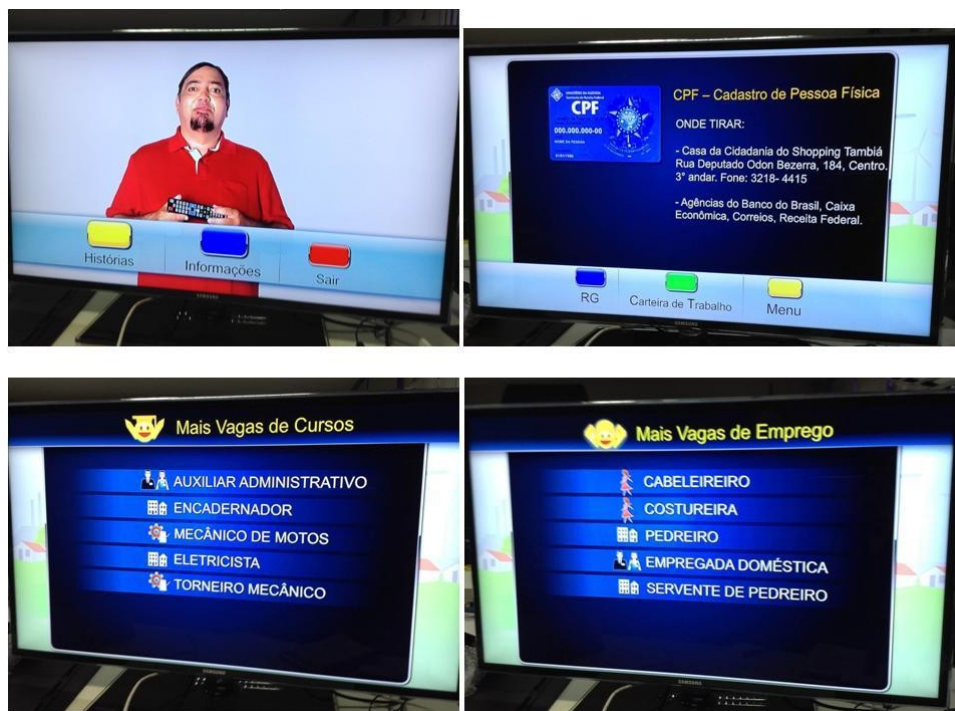


Figura 03. Telas do menu principal e das informações sobre documentos, cursos e empregos

Também em cada recurso interativo (Documentos, Cursos e Empregos) as ações eram realizadas a partir do uso das cores do controle remoto e em todos era ofertada a opção para retornar ao menu principal. Para facilitar a navegação, optou-se por usar as cores com funções específicas e características que seriam aprendidas no uso contínuo do Canal de Serviços. Por exemplo, a cor amarela ativava a entrada (entrar) e a cor vermelha a opção sair (retornar). Essa proposta objetivou contemplar um dos elementos fundamentais de um sistema interativo, defendido por Andrew Lippman (1998) numa entrevista ao Meio & Mensagem (PRIMO; CASSOL, 1999, p. 05-06), como a interruptabilidade.

De acordo com Primo e Cassol (1999), esse elemento se baseia na liberdade de cortar ou retornar o fluxo interativo, conforme prefere o telespectador. A navegação do aplicativo também se fundamentou no fator mapeamento, proposto por Steuer (1993), que considera um elemento essencial para a interatividade no ambiente interativo. Isto possibilita a simplificação do acesso aos ícones e suas respectivas ações, causando, assim, um fácil percurso do telespectador e familiaridade com a aplicação.

A aplicação Benefícios, desenvolvida pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), optou por produzir uma teledramaturgia com temática relacionada a programas oferecidos pelo Governo Federal. Quando acionava a cor azul do menu principal do Canal de

Serviços, a audiência entrava no aplicativo Benefícios. A primeira ação da aplicação era o *start* do vídeo que tinha duração de 15 minutos. Após assistir a teledramaturgia, a audiência encontrava uma tela com dois ícones “Prestação continuada” e “Cadastro único”. Para chegar a essas opções, o interagente utilizava as setas do controle remoto. Uma vez selecionada a opção, tinha-se acesso aos conteúdos apertando a tecla “ok”. A audiência acessava:

- a) Prestação Continuada: ao ativar esse ícone a audiência encontrava um vídeo com o apresentador. Ele ensinava como usar o controle remoto para responder as perguntas que apareciam na barra inferior da tela e que também eram feitas pelo apresentador. Os números eram usados para informar os valores de renda familiar, quantidade de pessoas que vivem na casa. A partir das respostas, a audiência ficava sabendo se tinha direito ou não ao benefício. Uma figura de carinha feliz na cor verde identificava caso ele tivesse direito, e triste, em vermelho, se a pessoa não possuísse o direito. Aparecia o telefone 135 para a pessoa ligar, caso tivesse direito e, assim, saber mais como conseguiria o benefício. As cores do controle também eram usadas. A cor vermelha ativava as seguintes funções: corrige e novo teste. A verde acionava as opções: confirma e terminei.
- b) Cadastro Único: da mesma forma que o recurso Prestação Continuada, tinha o apresentador que fazia as perguntas e ensinava como respondê-las, a partir do controle remoto. As cores usadas para resposta às perguntas eram verde e amarela. Ao final, era mostrado o resultado apontando se a audiência precisava ou não atualizar o cadastro único e apareciam dois ícones “novo teste” em vermelho e “terminei” em verde.

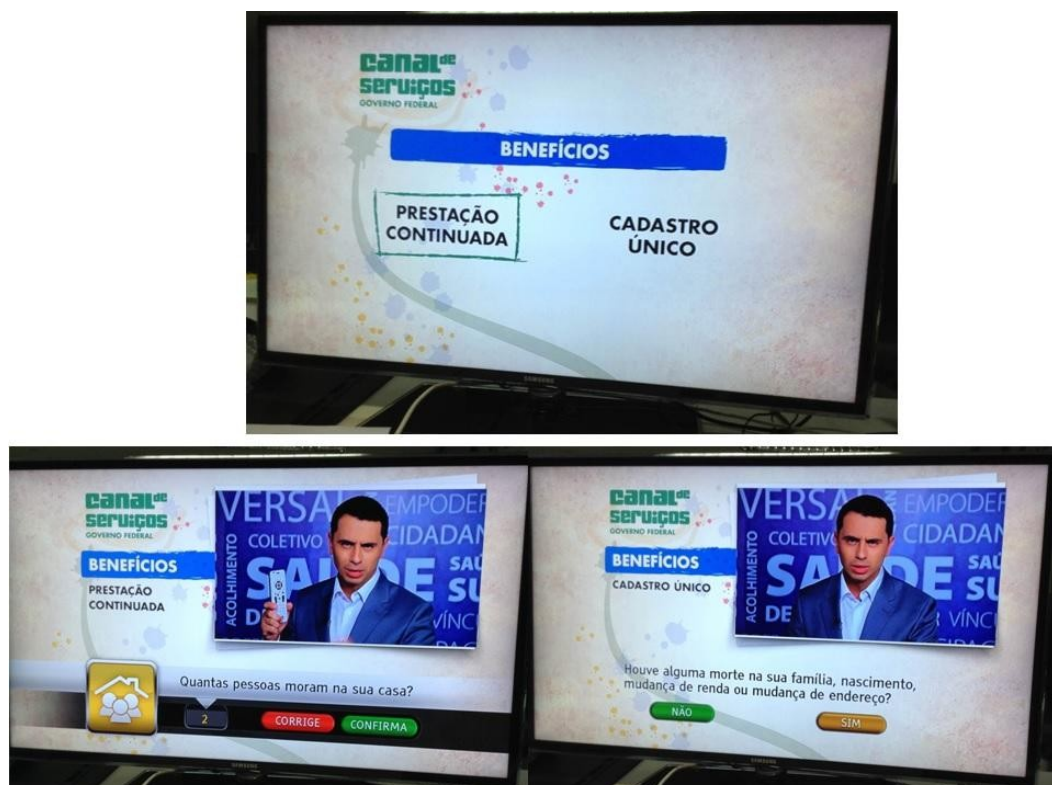


Figura 04. Na sequência: tela com opções de menu (acima) e tela do ícone Prestação Continuada e do ícone Cadastro Único.

A aplicação Saúde, produzida pela Universidade Católica de Brasília (UCB), apresentava também uma teledramaturgia que abordava a história de uma família com problemas de saúde e como ela conseguiu informações de serviços do Sistema Único de Saúde (SUS), via TV digital. Ao acionar no menu principal a opção Saúde, a audiência assistia ao vídeo e tinha a opção de navegar na aplicação acionando o menu principal com as opções seguintes:

- Saúde da Família: dava acesso a informações textuais sobre o que é o SUS, como e onde procurar os serviços oferecidos;
- Farmácia Popular: opção de saber onde tinha uma farmácia popular mais próxima de casa e para isso o telespectador necessitava apenas informar o CEP da residência e clicar no controle remoto a função "ok". O aplicativo mostrava a lista de farmácias populares da sua região;
- Vacinação: informações sobre vacinação e quais as vacinas ofertadas na rede pública;

- Aleitamento Materno: informações sobre a importância do aleitamento materno e como fazer.

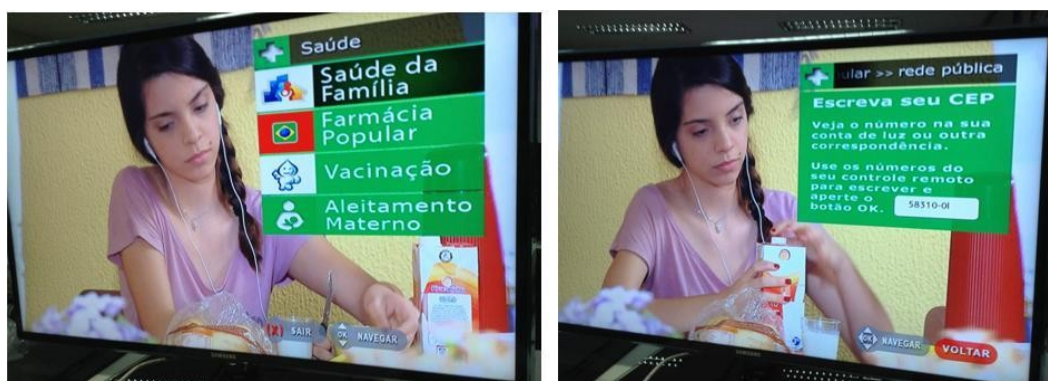


Figura 05. Tela do menu principal da aplicação Saúde.

O aplicativo Branco do Brasil, desenvolvido pela própria instituição financeira, não apresentava conteúdo audiovisual. Era um aplicativo puramente textual para realização de testes sobre o grau de controle financeiro do cidadão, que acessava o recurso. Apresentava, ao final, algumas dicas para o planejamento do orçamento pessoal. Antes de começar o teste, a audiência acessava um tutorial que explicava a função de cada ícone de navegação a ser utilizado, por meio dos botões do controle remoto, com seta de navegação, OK e X para sair. O aplicativo ocupava toda a tela da TV com as perguntas e respostas do teste.

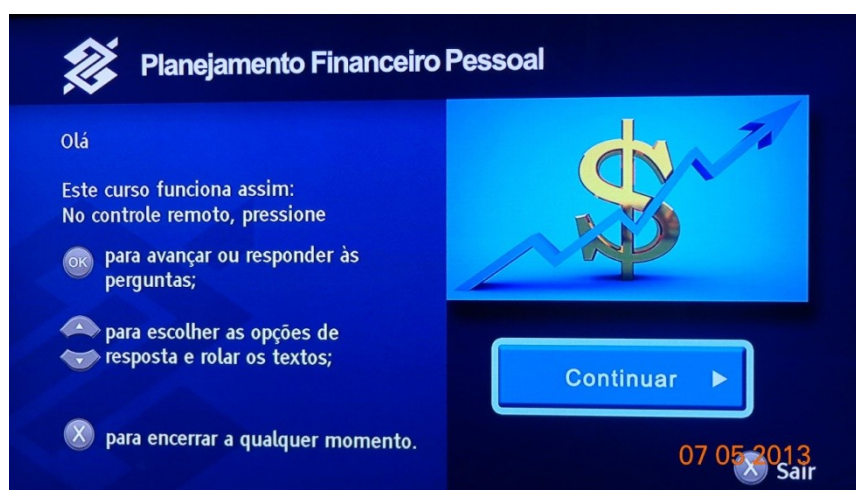


Figura 06. Aplicação do Banco do Brasil ensinando como interagir

Os aplicativos oferecidos pelo Canal de Serviços da EBC caracterizavam uma iniciativa de testar as potencialidades da interatividade na TV pública, aberta e digital para o fornecimento de serviços governamentais. Esses aplicativos poderiam ser classificados como conteúdos de T-Gov, já que apresentavam serviços de governo eletrônico, por meio da TV digital. “Delineia-se um papel forte para o setor público: reintegrar o cidadão excluído da sociedade de consumo, através das TICs. Constrói-se o ambiente para o governo eletrônico que se utiliza da TV Digital Interativa” (BIZELLI, 2010, p.68).

Uma experiência inovadora que reuniu recursos, equipamentos e mão de obra da academia, governo e empresas na tentativa de conhecer melhor a recepção por parte do público de baixa renda, que possuía maiores dificuldades e carência no acesso de informações e serviços públicos. A partir da classificação de Bizelli (2010), o Canal de Serviços da EBC se configurou como um serviço de governo eletrônico, via TV digital interativa, podendo ser classificado no nível de serviço de T-Gov institucional, já que nesse projeto houve uma “provisão de informações ou serviços à comunidade”.

O resultado parcial do monitoramento do uso do Canal de Serviços pelas famílias envolvidas no projeto, no período de janeiro a junho de 2013, revelou uma curva ascendente de acessos aos aplicativos. A tabela abaixo mostra um número aproximado de mil acessos, sendo que o aplicativo Cursos e Empregos, criado pelo Núcleo Lavid e TVUFPB, foi o mais acessado pela audiência.

APLICATIVOS:	BANCO DO BRASIL	BENEFÍCIOS	CURSOS E EMPREGOS	SAÚDE
ACESSOS/FAMÍLIAS	33	41	41	37
TOTAL DE ACESSOS	124	185	366	156

Tabela 01. Total de acessos ao Canal de Serviços/EBC. Fonte: TOTVS

O resultado do relatório Brasil 4D: Estudos de Impacto Socioeconômico sobre a TV Digital Pública Interativa (2013) apontou que o aplicativo mais acessado do Canal de Serviços foi Benefícios Sociais (direitos e deveres), segundo as famílias participantes do projeto e

selecionadas para entrevistas dos consultores. Porém, esse dado não contemplou todo o período do projeto, tendo em vista que a pesquisa foi realizada nos três primeiros meses.

Conforme dados estatísticos levantados pela empresa Totvs (2013)¹ em relatório interno do projeto sobre o monitoramento dos acessos gerais de todos os conteúdos gerados ao final da transmissão do Canal Social de Serviços, o aplicativo de maior acesso foi Cursos e Empregos. A Totvs, parceira do projeto, tinha desenvolvido um aplicativo que monitorava os acessos por meio de registro remoto, via 2G. Cursos e Empregos alcançou a marca de 419 acessos no período de março a julho de 2013. Já o aplicativo Benefícios obteve 210 acessos, o aplicativo de Saúde o número de 168 acessos, por último, o Banco do Brasil chegou a total de 135 acessos.

Uma questão que pode ter influenciado o maior número de acesso ao aplicativo de Cursos e Empregos foi a atualização semanal de informações sobre vagas oferecidas pelo Pronatec e de empregos disponibilizados pelo Sine de João Pessoa. Isso foi destacados nas falas dos entrevistados da pesquisa sociocultural do Banco Mundial tanto no relatório como no vídeo documentário. Também o relatório dessa pesquisa apontou que o aplicativo Cursos e Empregos foi que alcançou o maior percentual na classificação dos entrevistados no requisito de facilidade de uso.

A soma das citações dos entrevistados de muito fácil e fácil apresenta as seguintes marcas: Cursos e Emprego (UFPB) com 81%; Saúde (UCB) com 79%; Benefícios Sociais (UFSC) com 67% e Banco do Brasil (Banco do Brasil) com 53%. “Quanto aos benefícios percebidos (ver Gráfico 12), o aplicativo de cursos e empregos também foi o que obteve os melhores índices. Em termos da busca por qualificação, todos os entrevistados informaram que o aplicativo ajudou muito” (ABDALLAH; CHIANCA; CASTILLEJO, 2013, p.103).

Observa-se ainda que o aplicativo Cursos e Empregos foi o único que fez uso de audiodescrição. O roteiro do aplicativo considerou tanto a questão da acessibilidade de pessoas com deficiência visual quanto na inclusão de digital de pessoas com baixa escolaridade.

Na questão sobre benefícios econômicos diretamente percebidos do Canal de Serviços do projeto Brasil 4D em João Pessoa, 64% os entrevistados apontaram a redução nas despesas para obter informações. O relatório apontou ainda casos de aumento da renda familiar em 2% dos entrevistados. O percentual de 7% dos participantes da pesquisa afirmaram que não perceberam benefícios econômicos e 27% não quiseram responder.

¹ Relatórios de monitoramento de acesso TOTVS (2013). Documento de circulação restrita a equipe do projeto.

CONSIDERAÇÕES

Na época, a experiência do projeto Brasil 4D reforçou ainda mais a necessidade de explorar melhor o campo da interatividade na TV pública aberta e digital brasileira, por meio de parcerias entre governo, academia e iniciativa privada. A união desses setores para o provimento e exploração das inúmeras possibilidades da tecnologia da TV digital interativa foi um caminho na tentativa que a interatividade ocorresse na TV pública brasileira. Isso foi pensando considerando que a TV comercial tentava primeiro encontrar soluções e modelo de negócios para poder dedicar esforços e investimentos na produção interativa de conteúdo.

Hoje, fica claro essa afirmação feita em 2013 quando ainda havia um maior espaço para explorar as possibilidades interativas da TV digital no Brasil. Com a chegada forte das mídias sociais e dos diversos dispositivos móveis, as emissoras perceberam que perderam o *timing* em relação a interatividade. A partir de estratégias de inovação e manutenção das audiências, as emissoras precisaram buscar esses novos espaços midiáticos de interação e participação da audiência agora distribuída pelas diversas telas. As emissoras comerciais e públicas precisam se reinventar frente ao cenário competitivo com os serviços de conteúdos sob demanda por meio das plataformas de *streaming* e as mídias sociais on-line.

Outro aspecto relevante que necessita ser destacado nessa experiência foi o interesse que as famílias de baixa renda demonstraram em acessar os aplicativos para buscar informações e serviços públicos que necessitavam. Foram seis meses de experiências com o mesmo conteúdo audiovisual interativo, com modificações apenas em algumas chamadas do menu principal do Canal de Serviços, que destacavam as atualizações semanais das vagas de cursos e empregos do aplicativo e informações gerais do Brasil 4D.

Mesmo nessas condições, a audiência demonstrou interesse em interagir, acessando diariamente e/ou semanalmente os aplicativos, como mostrou a tabela na seção anterior. Foram registradas algumas reclamações, por parte das famílias participantes, que gostariam de obter mais informações por meio da TV, como, por exemplo, informativos da agenda e pagamentos do programa Bolsa Família e do programa Minha Casa Minha Vida do Governo Federal, que funcionavam em 2013.

O público do teste foi formado por beneficiários do programa Bolsa Família em sua maioria mulheres e crianças, nem sempre havendo a presença paterna no convívio familiar. As crianças foram as que mais interagiram e em alguns casos estimulando e ensinando os pais a usarem os aplicativos. O Programa Bolsa Família foi extinto em 2022 pelo atual Governo

Federal, que criou o Programa Auxílio Brasil. Porém, este atende esse mesmo público-alvo e apresenta muitas características do Bolsa Família.

Durante a instalação dos equipamentos (antenas digitais e conversores), a audiência era surpreendida pela qualidade do sinal digital nos canais que passaram a assistir, em seus antigos aparelhos de tubo. A maioria demonstrou um forte interesse em ficar com o kit de equipamentos e continuar recebendo, em casa e pela TV, informações dos serviços essenciais do Governo, como mostra o relatório de pesquisa. Esse foi um dos fatores considerados pelo Governo Federal para a política de entrega de kit gratuitos pela EAD durante o desligamento do sinal analógico no Brasil. Infelizmente, a migração do sinal digital e apagão do analógico ainda é uma história que não foi concluída no Brasil.

Quando por algum motivo o sinal apresentava problema de recepção, devido à geografia do local, as famílias logo se dirigiam aos Centros de Referência de Assistência Social (CRAS) do bairro, solicitando uma visita técnica. Também durante o período de testes vários membros das famílias se dirigiram aos CRAS de Colinas do Sul, Mandacaru e Cristo Redentor para se inscreverem em cursos gratuitos do Pronatec e ao SINE João Pessoa para levar o currículo e pleitear uma vaga de emprego, ao ser informados por meio do aplicativos de Cursos e Empregos do Canal de Serviços da EBC.

Conforme dados da pesquisa sociocultural, demonstrou-se que o aplicativo impulsionou a busca de emprego. “Em relação à busca por empregos, 89% declararam que o aplicativo ajudou bastante ou muito” (ABDALLAH; CHIANCA; CASTILLEJO, 2013, p. 103). Também houveram depoimentos gravados no vídeo documentário da pesquisa e em reportagem para a EBC, de além dos relatos para as equipes dos CRAS, que foi possível a conseguir um emprego, buscar benefícios sociais, obter novos documentos e fazer exames de saúde. Esses relatos atestaram a importância de ampliar um serviço dessa natureza para um maior número de brasileiros, tornando a inclusão digital uma política permanente de Governo em prol da população de baixa renda.

Um ponto fraco do projeto foi o pouco investimento para manter uma equipe de monitoramento constante do sinal e uso dos aplicativos nas residências, durante os seis meses do projeto. Outro ponto negativo e que foi apontado para ser considerado em outros projetos foi a necessidade de atualização mais frequente dos conteúdos audiovisuais interativos e aplicativos. Uma programação renovada poderia ter estimulado ainda mais os acessos diários da audiência. Mesmo com essas lacunas, a experiência dos testes de interatividade na TV Câmara de João Pessoa foi bem-sucedida, principalmente por ter permitido o conhecimento do interesse da

audiência e da facilidade desta em usar a TV digital como um meio de acesso a serviços públicos.

As pesquisas do Núcleo Lavid (UFPB) de desenvolvimento tecnológico para inclusão digital e social em João Pessoa continuaram. Essa experiência do projeto Brasil 4D possibilitou contribuições relevantes na aplicação de metodologia de pesquisa nos projetos sucessivos. Um exemplo foi a pesquisa que desenvolveu o aplicativo “Canal Social” para TV Digital. O projeto, idealizado pelo extinto Ministério do Desenvolvimento Social e Combate à Fome (MDS), teve como objetivo fornecer informações sobre os Programas Sociais do Governo Federal às famílias de baixa renda cadastradas no CadÚnico.

O projeto implementou ainda outras funcionalidades adicionais para tornar o aplicativo mais interessante e atrativo para os usuários. O projeto começou em 2015 e foi concluído no ano de 2019 com uma pesquisa de campo que fez testes de usabilidade junto à população. Os testes de campo contaram com o apoio da Prefeitura por meio dos CRAS. Os resultados demonstraram novamente um grande interesse por parte dessa população beneficiária de programas sociais do Governo Federal nos conteúdos oferecidos sobre serviços governamentais pelo aplicativo Canal Social. “No aspecto conteúdos oferecidos, 74,8% dos participantes julgaram interessantes e 19,1% muito interessantes, representando um total de 93,9% dos usuários dos testes” (KULESZA, *et al.*, 2020, p. 112).

Também essa audiência apontou interesse em obter esse aplicativo via celular. “Grande parte deles perguntava à equipe quando começaria a usar em suas casas e se também haveria uma versão do aplicativo para celular” (KULESZA, *et al.*, 2020, p. 112). Esse fator aponta para a necessidade de pensar a oferta de serviços governamentais e conteúdos educativos por meio da integração entre as diversas telas das mídias digitais para a promoção de inclusão digital e social de muitos brasileiros que vivem em situação de vulnerabilidade.

REFERÊNCIAS

ALVES, K. C. **Fontes Ativas**: colaboração das audiências ativas nos telejornais do Brasil e Espanha. São Paulo: Mentis Abertas, 2022, 400p.

ABDALLAH, R.; CHIANCA, L.; CASTILLEJO, A. G. **Brasil 4D**: Estudos de Impacto Socioeconômico sobre a TV Digital Pública Interativa. Brasília: EBC, 2013, 154p. Disponível em: http://www.gingadf.com.br/blogGinga/livro/Brasil_4D.pdf. Acesso em: 18 jul. 2022.

BIZELLI, J. L. Cidades Radicais: Educação, tecnologia e participação através da TV Digital Interativa. In: **Televisão digital: informação e conhecimento**. Maria Cristina Gobbi e Maria Teresa Miceli Kerbauy (Org.). São Paulo: Cultura Acadêmica, 2010.

Decreto 4.901, de 26 de novembro de 2003. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/2003/d4901.htm. Acesso em: 11 jul. 2013.

Decreto 5.820, de 29 de Junho de 2006. Disponível em: <https://legislacao.presidencia.gov.br/atos/?tipo=DEC&numero=5820&ano=2006&ato=cdeMzZU50MRpWT4a6>. Acesso em: 18 jul. 2022.

Ipea. **Panorama da comunicação e das telecomunicações no Brasil**. Castro, D; Melo, J. de Melo. (Org.), Brasília: Ipea, 2012.

KULESZA, R. *et al.* Canal Social: desenvolvimento e avaliação de uma aplicação de TV Interativa voltada para serviços sociais no contexto de governo eletrônico brasileiro. **Proceedings of the 9th Iberoamerican Conference on Applications and Usability of Interactive TV - jAUTI**, 1. ed, dez, p.107-113, 2020. Aveiro: UA Editora. DOI: <https://doi.org/10.34624/ha5s-8q59>. Acesso em: 21 jul. 2022.

MATTOS, S. A evolução histórica da televisão brasileira. In: **60 anos de telejornalismo no Brasil: história, análise e crítica**. VIZEU, A.; PORCELLO, F.; COUTINHO, I. (Org.). Florianópolis: Insular, 2010.

NIELSEN, J. **Usability Engineering**. San Francisco: Morgan Kaufmann Publishers. 1994, 362p.

NORMAN, D. A. Affordance, Conventions, and Design. **ACM Interactions Magazine**, v.6, n.3, p. 38-42, may-june, 1999. Disponível em: https://www.academia.edu/2849872/Affordance_conventions_and_design. Acesso em: 19 jul. 2022.

_____. **The design of everyday things**. Revised and expanded edition. New York: Basic Books, 2013, 347p. Disponível em: https://www.sunyoungkim.org/class/old/hci_f18/pdf/The-Design-of-Everyday-Things-Revised-and-Expanded-Edition.pdf. Acesso em: 19 jul. 2022.

PRIMO, A.; CASSOL, M. **Explorando o conceito de interatividade: definições e taxonomias**. 1999. Disponível em: <https://lume.ufrgs.br/handle/10183/20972>. Acesso em: 17 março 2007.

STEUER, J. Defining Virtual Reality: Dimensions Determining Telepresence. In: **SRCT - Social responses to communication technologies**. Stanford University, oct., p.1-25, 1993. Disponível em: <http://papers.cumincad.org/data/works/att/27eb.content.pdf>. Acesso em: 19 jul. 2022.

Teixeira, L. **Televisão Digital: interação e usabilidade**. Goiânia: Ed. UCG, 2009, 152p.

O Centro Yorenka Ātame e a ecologia xamânica comunicativa Ashaninka¹

Eliete PEREIRA²

Centro Internacional de Pesquisa ATOPOS –ECA-USP

RESUMO

No interior do amplo processo de digitalização, que se caracteriza como um qualitativo fenômeno de dinamismo e de transformação sociocultural, difunde-se, em diversos contextos e por diversas modalidades, um importante processo de digitalização de grupos étnicos. Diante desse contexto, neste capítulo trataremos de apresentar a experiência do Centro Yorenka Ātame, projeto da comunidade Ashaninka do rio Amônia, consorciado com a Rede Povos da Floresta e com a ecologia xamânica comunicativa Ashaninka, à luz de um complexo ecossistema que une reticularmente os grupos envolvidos, suas culturas, seus territórios e os circuitos informativos digitais através de um singular dinamismo tecno- comunicativo.

Palavras-chave: digitalização; cultura; comunicação; redes digitais; povo Ashaninka.

Neste capítulo analisaremos brevemente o processo de digitalização do Centro Yorenka Ātame, polo de irradiação da Rede Povos da Floresta³, e a ação da ecologia xamânica comunicativa dos Ashaninka do Rio Amônia⁴. Trata-se, portanto, da descrição dessa ação comunicativa reticular, composta de atores humanos e não humanos (LATOUR, 2001, 2012),

¹ Este capítulo de livro baseia-se no trabalho apresentado no GP Mídia, Culturas e Tecnologias Digitais na América Latina, XIII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Manaus, 2013.

² Doutora em Ciências da Comunicação (ECA-USP) é pesquisadora do Centro Internacional de Pesquisa ATOPOS (ECA/USP). Possui pós-doutorado em Museologia pelo Museu de Arqueologia e Etnologia (MAE/USP). É consultora de Educação Escolar Indígena da OEI/MEC. E-mail: elisilva70@gmail.com

³ A Rede Povos da Floresta (RPF) nasceu em setembro de 2003 da revitalização da Aliança dos Povos da Floresta, um movimento social e ambiental muito forte no Acre na década de 1980, que contou com a participação de povos indígenas, ribeirinhos e seringueiros, resultado da liderança de Chico Mendes e da participação de líderes indígenas, entre eles Ailton Krenak. A RPF surgiu, então, para retomar o sentido genuíno do movimento que originou a Aliança, buscando atualizar essa mobilização histórica, por meio da rearticulação dos povos indígenas (principalmente dos Ashaninka, Kontanawa, Kaxinawa), dos ribeirinhos, das populações extrativistas e quilombolas e de organizações não governamentais parceiras, como a Associação de Cultura e Meio Ambiente (Rio de Janeiro) e o Núcleo de Cultura Indígena (Minas Gerais). Eles se uniram com o objetivo de consolidar a rede dessas comunidades tradicionais, conectadas por meio das tecnologias digitais de comunicação (internet e sistemas de georreferenciamento com GPS) para a preservação do ambiente, incluindo seus aspectos naturais, culturais e simbólicos. Desde 2012, a RPF encontra-se desativada.

⁴ A Rede Povos da Floresta (RPF) nasceu em setembro de 2003 da revitalização da Aliança dos Povos da Floresta, um movimento social e ambiental muito forte no Acre na década de 1980, que contou com a participação de povos indígenas, ribeirinhos e seringueiros, resultado da liderança de Chico Mendes e da participação de líderes indígenas, entre eles Ailton Krenak. A RPF surgiu, então, para retomar o sentido genuíno do movimento que originou a Aliança, buscando atualizar essa mobilização histórica, por meio da rearticulação dos povos indígenas (principalmente dos Ashaninka, Kontanawa, Kaxinawa), dos ribeirinhos, das populações extrativistas e quilombolas e de organizações não governamentais parceiras, como a Associação de Cultura e Meio Ambiente (Rio de Janeiro) e o Núcleo de Cultura Indígena (Minas Gerais). Eles se uniram com o objetivo de consolidar a rede dessas comunidades tradicionais, conectadas por meio das tecnologias digitais de comunicação (internet e sistemas de georreferenciamento com GPS) para a preservação do ambiente, incluindo seus aspectos naturais, culturais e simbólicos. Desde 2012, a RPF encontra-se desativada.

baseada na análise da reatualização dos sistemas de trocas tradicionais desse povo, dentro de um contexto de digitalização – de acesso à Internet e uso de diversos dispositivos técnicos e comunicativos (computadores, celulares, smartphones etc.).

Empreendem-se, assim, modos criativos e inovadores de interação deles com seus territórios, estendendo o ecossistema natural a uma dimensão tecno-informativa, significando àquilo que chamamos de tríade simbiônica⁵¹, as relações ecológicas e simbióticas, portanto, recíprocas e interativas entre culturas, mídias digitais e territórios.

OS ASHANINKA DO RIO AMÔNIA E O CENTRO YORENKA ÂTAME

⁶ Eu: Por que essa ideia de fazer o Centro Yorenka Atame, um projeto mais amplo, não só voltado para o povo Ashaninka? Benki Pianko: Cada empreendimento tem um fundamento e cada fundamento tem uma abertura para aquilo que se pensa. Quando foi criado o Centro Yorenka Âtame, ele veio no intuito de levar a mensagem do povo Ashaninka pra que não ficasse centralizado só naquilo que a gente vive na comunidade... porque temos vários projetos de manejo de floresta, de quelônio, fauna silvestre, temos o trabalho dos artesanatos, pesquisa de frutos e sementes na nossa comunidade, pesquisa de alimentos que o nosso povo come na floresta [...] tudo isso é uma riqueza muito imensa... E o entorno da nossa terra sendo invadido... pra nós era um problema... e pra esse problema se acabar, a gente tinha que entrar como um ponto de criar ali um impacto revertendo o que essas populações [de fora] estavam fazendo no nosso território... e o quê poderíamos fazer? Mostrar o que a gente sabe! Não tudo, mas pelo menos uma parte [...] Isso aqui [o Centro] pode dar uma visibilidade pra aquilo que a gente faz e ao mesmo tempo introduzir uma mensagem pro mundo [...] e a internet interligou tudo isso [...]. Então,

^{1 5} Ver: PEREIRA, E. S. O local digital das culturas: as interações entre culturas, mídias digitais e territórios. 2013. 297f. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação). Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, 2013.

⁶ Entrevista com Benki Pianko realizada no Centro Yorenka Âtame (Marechal Thaumaturgo – Acre) em 1º de dezembro de 2012. Benki Pianko é Ashaninka da aldeia Apiwtxa do Rio Amônia, Alto Juruá (Acre), nasceu em 1974. Filho do casamento interétnico entre Antonio Pianko (*kuraca* da aldeia, equivalente ao cacique) e Dona Piti (filha de seringueiros), sua família exerce forte influência na política interétnica Ashaninka (PIMENTA, 2002, 2007; LESSIN, 2011), formando o núcleo estratégico de toda a política Ashaninka na região. Benki é agente agroflorestal, compositor, músico e xamã. Foi secretário de Meio Ambiente e Turismo de Marechal Thaumaturgo (2005-2007). Recebeu diversos prêmios pelo seu trabalho na área do desenvolvimento sustentável, entre os quais o Prêmio Nacional de Direitos Humanos (2004) e o Premio-e (2012), entre outros. É curioso que desde pequeno teve contato com o mundo artístico nacional. Milton Nascimento, em viagem dedicada à produção de seu álbum *Txai* (1991), conheceu Benki ainda criança e lhe dedicou a canção Benke. Com seu carisma, construiu uma rede de apoiadores, entre empresários e artistas, com a qual conseguiu arrecadar verba suficiente para a construção e compra do terreno do Centro Yorenka Âtame, do qual é coordenador.

o Centro foi pensado nesse nível, de poder trazer a nossa experiência e colocar pra sociedade de Marechal Thaumaturgo que tanto falava: “pra quê índio com terra?” “pra quê índios com terra desse do tamanho? Que nem sabe trabalhar, nem sabe fazer nada...”. Então a gente está mostrando que a nossa diferença não é só a cultura... a nossa diferença é como viver consorciado com essa diversidade e ter ela como uma parte de nossa vida e que essa vida é parte de todo mundo...

Ashaninka é uma autodeterminação desse povo pré-andino de língua Arawak, cujo significado é “gente de verdade”. As populações regionais também os chamam de “Kampa”, termo presente, ademais, nos documentos coloniais. Totalizam mais de 90.000 pessoas presentes no Peru (INEI, 2007) e no Brasil, sendo que 1.200 estão em terras brasileiras (Siasi/Sesai, 2012), divididos em cinco Terras Indígenas distintas e descontínuas situadas na região do Alto Juruá. T. I. Jaminawá/Envira (município de Feijó); T. I. Kampa do Rio Envira (município de Feijó); T. I. Kampa do Igarapé Primavera (município de Tarauacá); T. I. Kaxinawá do Rio Breu (município de Marechal Thaumaturgo); T. I. Kampa Rio Amônia,¹⁷ (município de Marechal Thaumaturgo). Situados na fronteira do Brasil com o Peru, com a Reserva Extrativista do Alto Juruá⁸, com o Parque Nacional da Serra do Divisor e de um assentamento do INCRA, todos situados no município de Marechal Thaumaturgo (AC), os Ashaninka do rio Amônia são aproximadamente 450 pessoas divididas em grupos familiares.

Como analisado em outra oportunidade (PEREIRA, 2013), os membros dessa comunidade participaram ativamente da construção da Rede Povos da Floresta, tornando-se ao longo das últimas décadas, os herdeiros diretos da Aliança dos Povos da Floresta, com suas imagens associadas ao manejo e às práticas de desenvolvimento sustentável local. Tais práticas foram também difundidas por eles entre os moradores da região, principalmente como forma de evitar a invasão de suas terras e o esgotamento de seus recursos naturais, impedindo as derrubadas e mantendo a presença da caça e dos peixes. A preservação de seus territórios está diretamente relacionada com os modos de utilização dos recursos nele existentes, essenciais a sua sobrevivência física e cultural. Partindo dessa preocupação, elaboraram um plano de gestão territorial e ambiental⁹ para a bacia do Alto Juruá, buscando

¹⁷ Terra Indígena Kampa do Rio Amônia foi homologada com 87.205 hectares.

⁸ Criada em 1990, foi a primeira Reserva Extrativista do Brasil decorrente da luta histórica dos seringueiros.

⁹ Tal plano foi posteriormente publicado pela Comissão Pró-Índio e encontra-se disponível para download. No Plano de Gestão Ashaninka estão os acordos e as intenções elaboradas pela comunidade Ashaninka do Rio Amônia. Esses acordos se referem a diversas temáticas, como o uso dos recursos naturais (caça, pesca e plantas), planejamento da aldeia, saúde, vigilância e fiscalização, relação com o entorno, entre outras (Comissão Pró Índio – Acre). Disponível em: http://www.cpiacre.org.br/pdfs/ashaninka_compl_2210.pdf.

conscientizar e envolver as comunidades vizinhas nesses projetos, mostrando a importância de alternativas econômicas à exploração predatória de madeira e à pecuária.

Dessa compreensão Ashaninka, já exposta na fala de Benki Pianko, na epígrafe deste texto – da necessidade de envolver toda a comunidade indígena e não indígena da região na gestão sustentável dos recursos naturais de seus territórios – e inspirada no sonho de Samuel Pianko (avô de Benki Bianko) de promover a união entre índios e brancos para a manutenção da floresta, fonte da vida de todos da região, nasce o Centro Yorenka ãtame, em 2007. Após um longo trabalho de articulação e apoios em rede, o Centro Yorenka ãtame¹⁰ (Saberes da Floresta em Ashaninka), foi construído no lado direito do rio Juruá, na frente do Município de Marechal Thaumaturgo (Acre). Um espaço de referência em educação, formação, intercâmbio de práticas de manejo sustentável dos recursos da região, integrando, com o uso dos sistemas agroflorestais, as populações indígenas e não indígenas na recuperação de áreas degradadas.

No trabalho coletivo de construção realizado pelos próprios Ashaninka e pelos moradores do município foram edificadas: a casa de recepção (com a cozinha), um alojamento com dez quartos, a lavanderia, o escritório do Centro com computadores com acesso à internet, uma sala com computadores do programa GESAC¹¹, duas casas tradicionais

¹⁰ Terra Indígena Kampa do Rio Amônia foi homologada com 87.205 hectares.

⁸ Criada em 1990, foi a primeira Reserva Extrativista do Brasil decorrente da luta histórica dos seringueiros.

⁹ Tal plano foi posteriormente publicado pela Comissão Pró-Índio e encontra-se disponível para download. No Plano de Gestão Ashaninka estão os acordos e as intenções elaboradas pela comunidade Ashaninka do Rio Amônia. Esses acordos se referem a diversas temáticas, como o uso dos recursos naturais (caça, pesca e plantas), planejamento da aldeia, saúde, vigilância e fiscalização, relação com o entorno, entre outras (Comissão Pró Índio – Acre). Disponível em: http://www.cpiacre.org.br/pdfs/ashaninka_compl_2210.pdf.

A realização desse empreendimento começa indireta e diretamente por uma via midiática, com o contato com o mundo real dos profissionais construtores de narrativas ficcionais, de imagens e imaginários. Em 2006, após a participação de Benki Pianko numa oficina preparatória com os diretores, a produção e os atores da minissérie global “Amazônia – de Galvez a Chico Mendes”, no Projac, Rio de Janeiro, ele consegue articular uma rede de apoios para a arrecadação de verba para a construção do Centro Yorenka ãtame. Entre os apoiadores, Luiz Paulo Montenegro, do IBOPE, atores como Marcos Palmeiras e Letícia Spiller, que já haviam visitado o Acre após a participação de Benki e Moisés no Ano do Brasil na França, em 2005. Nessa mobilização eles conseguiram levantar a verba necessária para a compra do terreno de 86 hectares, uma antiga área de pasto, situado em frente ao município de Marechal Thaumaturgo (AC).

¹¹ Criado em 2002, o programa GESAC – Governo Eletrônico: Serviço de Atendimento ao Cidadão – oferece conexão de internet via satélite e terrestre a telecentros em várias comunidades em estado de vulnerabilidade social.

¹² Naquele ano começava também a execução do projeto Nanipini de neutralização de emissão de carbono com o reflorestamento na região de 150 espécies de viveiro no Yorenka. Na época conseguiram três clientes: a banda inglesa *The Police*, que neutralizou a emissão de carbono gerada na turnê pelo Brasil, em 2007, com a plantação de quatrocentas árvores; a Cantão, que neutralizou seus desfiles nas terras da aldeia, com cerca de trezentas árvores; e o chefe de cozinha Claude Troisgros, que ganhou de presente árvores para neutralizar o carbono emitido na festa do seu casamento, em março daquele ano (RPF, 2007).

Ashaninka, um auditório e uma sala. Tudo construído em madeira, assim como os móveis, feitos por eles.

O Centro iniciou seus trabalhos com a capacitação de jovens índios e não índios, ensinando-lhes principalmente as técnicas dos sistemas agroflorestais e de produção de mel com abelhas nativas, entre outras informações sustentáveis para a manutenção de suas comunidades e da floresta. Esses jovens recebiam alimentação, casa e uma bolsa para a participação nos cursos. Na primeira fase, o Yorenka Ætame recebeu o apoio da empresa Neutralize, fomentadora de projetos de neutralização de carbono. Conseguiu, assim, iniciar um projeto de reflorestamento da própria área do Centro¹². Em 2008, continuaram com o Projeto de Implantação de Sistemas Agroflorestais (SAFS), manejo da meliponicultura e criação de quelônios (tracajás), com o apoio do Programa Áreas Protegidas da Amazônia (Arpa), por intermédio do Fundo Brasileiro para a Biodiversidade (Funbio). Esses projetos foram coordenados por Benki e por Sheyla Sant'Anna, gestora técnica e parceira da comunidade.

Nos anos seguintes eles deram continuidade aos seus trabalhos, fazendo desse espaço um ponto de referência de ação para a sustentabilidade no município de Marechal Thaumaturgo.

COSMOPOLÍTICA E ECOLOGIA XAMÂNICA COMUNICATIVA ASHANINKA

Durante a análise das arquiteturas informativas digitais¹³ e após entrevista realizada com Benki Pianko, o coordenador do Centro Yorenka Ætame, ficou bastante evidente que os modos pelos quais eles interagem com as linguagens midiáticas digitais são indicativas de um processo particular de digitalização de uma comunidade indígena brasileira, dadas as especificidades de seus aspectos socioculturais e territoriais. Tal processo está largamente associado à sua política interétnica e à sua cosmologia xamânica, que reinterpreto como expressão de um tipo de *ecologia política* (LATOUR, 2004) por estar associada aos coletivos humanos e não humanos, portanto, a um modo diferenciado de pensar a relação Natureza e Sociedade. Igualmente, considero essa cosmologia xamânica como um tipo de *cosmopolítica*, no termo de Isabelle Stengers (2005), de 'cosmo' no sentido grego de mundo, política

¹³ Referimo-nos à "arquitetura informativa digital" como qualquer plataforma de informação *on-line*, seja portal, *site*, blog, micro-blog, rede social.

¹⁴ Ver Viveiros de Castro (1996).

do cosmo. “Para Stengers, o cosmos é o desconhecido possível construído por entidades múltiplas e diversas. Cheio da promessa de articulações que seres diversos podem eventualmente fazer, o cosmos é o oposto de um lugar de paz transcendente” (HARAWAY, 2011, p. 46).

A cosmopolítica dos povos indígenas baseia-se em formas particulares de percepção e relação com a “Natureza”, que imprime significados diferenciados entre as categorias de “Cultura” e “Sociedade” dos elaborados pelo pensamento Ocidental. O xamanismo ameríndio detém um tipo de habilidade transitiva graças ao modo de pensar a humanidade como característica ontológica estendida, onde é a Natureza a sofrer as variações, sendo chamado pelo antropólogo Eduardo Viveiros de Castro (2006, p. 358) de *multinaturalismo*: “Se o multiculturalismo’ ocidental é o relativismo como política pública, o perspectivismo xamânico ameríndio é o multinaturalismo como política cósmica”.

Viveiros de Castro procura significar o perspectivismo ameríndio, ou o ponto de vista indígena, como posição pronominal tomada diante da variedade corporal dos animais, das plantas e dos humanos, “várias” naturezas numa só “cultura”¹⁴. Isto é, o ponto de vista é uma posição do sujeito, seja humano e/ou animal, tomada por uma referência corporal. Essa compreensão de corpo evoca uma diferença de perspectiva entre humanos e animais que não é só fisiológica, mas fundamenta-se, sobretudo, nas maneiras e modos de ser.

Essa perspectiva do sujeito, marcada pela “descontinuidade” corporal presente nas cosmologias amazônicas, aponta também para um sentido de “continuidade” complementar ao considerar uma única ‘humanidade’¹⁵ entre humanos e animais. Consequentemente, essa concepção “humana” é diferente daquela historicamente elaborada pelo pensamento Ocidental porque não é uma característica exclusivamente dos “humanos”, é uma condição também dos “não-humanos” (animais e plantas). A distinção corporal marcadora por diferentes perspectivas só é transcendida pelos xamãs e pelas narrativas míticas¹⁶, que

¹⁴ Para Viveiros de Castro a humanidade, no sentido apresentado pelas cosmologias ameríndias, é uma condição comum entre humanos e não humanos. Dessa forma, “os animais são humanos porque são sujeitos (potenciais)” (2002, p. 374), e a humanidade é “o nome da forma geral do Sujeito” (2002, p. 374).

¹⁵ Para Viveiros de Castro a humanidade, no sentido apresentado pelas cosmologias ameríndias, é uma condição comum entre humanos e não humanos. Dessa forma, “os animais são humanos porque são sujeitos (potenciais)” (2002, p. 374), e a humanidade é “o nome da forma geral do Sujeito” (2002, p. 374).

¹⁶ Nas sociedades ameríndias, o mito é uma referencial temporal, um esquema lógico e conceitual, integrado na ordem simbólica e prática das sociedades que dele compartilha (LEVI-STRAUSS, 1970; VIVEIROS DE CASTRO, 2006).

¹⁷ Os Ashaninka chamam os brancos de “wirakotxa” que se relaciona ao personagem mítico *Inka*: “O *Inka* foi responsável não só pelo surgimento do homem branco no mundo terrestre [pescado por Inka no lago], [...], mas também ofereceu ao branco todo o poder que *Pawa* tinha deixado originamente para os Ashaninka. Os informantes explicam que o Deus-criador era todo-poderoso e detinha todos os conhecimentos. Seu filho *Inka* foi

remetem a um tempo em que havia uma permeabilidade entre mundos humanos e não humanos.

No caso especificamente dos Ashaninka do rio Amônia, sua cosmologia é baseada em uma forte contraposição complementar entre o Bem e o Mal, estruturada em um universo reticular composto de camadas superpostas. O subterrâneo (*isawiki*) está associado à *kamari*, os espíritos do mal (geralmente os brancos são associados a eles¹⁷). Nos relatos realizados por Gerald Weiss (1969), o céu (*henoki*) detém várias camadas. Lá está presente, no topo (*inkite*), *Pawa*, Deus todo-poderoso, criador de todo o universo. Na camada inferior estão os *Tasorentsi*, entidades divinas: “eles são como um Deus, pegam qualquer coisa, sopram e transformam em outra coisa” (ISA, 2012). Abaixo deles, os bons espíritos, *Tasorentsi*, são os “verdadeiros filhos de Deus”. Nessa camada *Pawa* seleciona, entre os Ashaninka, quem são seus filhos:

A criação do mundo feita por *Pawa* foi direta e indiretamente apoiada pelos seus filhos. *Pawa* criou a terra, a floresta, os rios, os animais, os homens, o céu, as estrelas o vento, a chuva... Na mitologia nativa, muitas dessas criações são, na realidade, transformações de pessoas ashaninka, filhos de *Pawa*, em outra coisa e foram realizadas através do sopro. Assim, nos tempos da criação do mundo, os animais, as plantas, os astros ou certos lugares ou fenômenos tinham uma aparência humana e eram, de uma maneira geral, filhos de *Pawa*. Em função do comportamento desses primeiros Ashaninka na Terra, o Deus e/ou os *Tasorentsi* transformaram-nos em outra coisa, ruim ou boa. (PIMENTA, 2005)¹⁸

Essa estruturação cosmológica dicotômica serve de *modus operandi* de classificação dos diferentes tipos de espíritos e da humanidade. O xamã guia as atividades espirituais pelo uso do *kamãrapi* (Ayahuasca), permitindo sua comunicação com os seres invisíveis que povoam o universo. Vale lembrar que para os Ashaninka o xamã está em contínua formação, está sempre aprendendo.

Embora tenham sempre vivido em unidades políticas relacionadas a um determinado local, por seus relatos orais e pelas referências dos brancos regionais, os Ashaninka são povos viajantes (povos de *arribação*, como a população local os define) motivados, sobretudo, por suas trocas tradicionais, o *ayonpari* ou *ayonpare*. É a partir desse sistema tradicional de troca

encarregado de transmitir toda essa força e sabedoria aos Ashaninka, mas, após provocar a chegada dos brancos, o *Inka* também os beneficiou com esse conhecimento. [...]. Alguns informantes explicam que os brancos capturam o herói e o mantêm cativo até hoje em detrimento do povo Ashaninka. Outros relatos contam que o filho de *Pawa* não está preso, mas esqueceu-se do seu povo e prefere viver com os *wirakotxa*. [...] Forçado ou não, em ambos os casos, o *Inka* ensinou tudo aos brancos. Dessa forma, para os Ashaninka, a superioridade tecnológica e econômica do mundo ocidental é vista como um roubo de um conhecimento originalmente destinados aos índios.” (PIMENTA, 2002, p. 359).

¹⁸ Informação disponível no site do Instituto Socioambiental: <http://pib.socioambiental.org/pt/povo/ashaninka/147> Acesso em: 13 nov. 2012.

que a comunicação entre territórios distantes “estabelece-se por meio de relações comerciais formalizadas que associam parceiros de troca, os *ayopari*” (MENDES, 2002, p. 162). Elos de parentesco em unidades políticas diferentes também motivam as viagens para as trocas.

Portanto, essa predisposição às deslocações e às trocas, uma configuração tradicional reticular “mercuriana” para a comunicação, lhes deu a capacidade de exercer uma diplomacia política voltada para a própria autonomia política e cultural. Nas palavras de Leonardo Lessin (2011, p. 53), a “estrutura tradicional reticular flexível” Ashaninka lhes proporcionou essa resistência cultural frente ao contato com o branco:

Tudo nos indica que a tradição guerreira e diplomática ancestral possibilitou à estrutura Ashaninka um agenciamento múltiplo de arranjos e permutações institucionais que astuciosamente produziu e sustentou sua autonomia política e cultural como nativos. Certamente, esta sustentabilidade teve origem na concepção de uma sociedade organizada para a reconquista da autonomia política. Em um complexo mitológico ritualístico voltado à produção de pessoas, é a inflexão da afinidade potencial que sustenta a força xamânica diplomática. No decorrer do processo de interação histórica com o ocidente, os Ashaninka se serviram de sua estrutura tradicional reticular flexível (que, a nosso ver, assegura, ainda hoje, uma capacidade incomum de rearranjo e resistência cultural, econômica e política do grupo) e, assim, garantiram sua autonomia.

Lessin refere-se a esse “complexo ritualístico voltado à produção de pessoas”, ao ritual¹⁹ do *piyaretsi* – uso da bebida fermentada da madioca, pelo qual reforçam seus laços políticos e culturais entre os pares – e ao ritual do *kamparampi* (Ayahuasca), capaz de romper o tempo histórico para o ingresso ao tempo mítico de uma humanidade irrestrita²⁰. O pesquisador concebe ambos rituais como “produção de pessoas” (VIVEIROS DE CASTROS, 2006 apud LESSIN, 2011),), afinidades potenciais de trocas.

NOS CIRCUITOS DA ECOLOGIA XAMÂNICA COMUNICATIVA ASHANINKA

Para a análise da ecologia xamânica comunicativa Ashaninka, além da pesquisa de campo realizada em novembro de 2012, visita ao Centro Yorenka Ætame e à aldeia Ashaninka do Rio Amônia, com entrevista de Benki Pianko, selecionei o blogs *Saberes da Floresta*²¹ do Centro Yorenka Ætame, e o da Apiwtxa²², da Associação dos Ashaninka do Rio Amônia. O período de coleta das informações dessas arquiteturas de informação abrange os meses de julho a dezembro de 2012.

Ambos possuem o mesmo *layout* verde do *Blogspot* do *Blogger* do Google (publicação gratuita): fundo verde, ambos assinados pela Associação Apiwtxa dos Ashaninka do Rio Amônia, com hipertextos, fotos e vídeos. Com arquitetura simples e a possibilidade de inserção de comentários, os *blogs*, principalmente o da Apiwtxa, representa singularmente a presença Ashaninka do Rio Amônia na rede digital. O Centro Yorenka ãtame, Saberes da Floresta, conta com poucos *posts* (23), publicados entre 2007 e 2009, nos quais mostra principalmente as atividades decorrentes da implantação da *Escola Saberes da Floresta* e das mensagens de Benki Pianko para os parceiros apoiadores do Centro. Por esse motivo me detive na análise do blog da Apiwtxa.

Nele há a divulgação da Cooperativa Ayonpare, com a venda de artesanato Ashaninka. São mostradas fotos no Picasa (site de compartilhamento de imagens) dos diversos itens de artesanatos: tambores, kusmas, flautas, bolsas, colares, CD's e DVD's com a produção audiovisual deles.

Através do e-mail de contato é possível adquirir esses produtos, vendidos também na sede da Cooperativa, na aldeia Apiwtxa e no escritório deles em Cruzeiro do Sul, mais uma prova da reatualização do sistema tradicional de troca (ayonpare) no caso do artesanato, com o digital. O ayonpare é agora também digital.

¹⁹ Referimo-nos ao rito como ação que se repete segundo regras invariáveis, cujo ato não se esgota por sua eficácia, causa ou efeitos. Os rituais dizem respeito ao desenvolvimento do rito. No caso das populações ameríndias da Amazônia, os rituais presentificam o 'tempo mítico' das suas cosmologias, como nos explica Lessin (2011, p. 20-21): "Serão as técnicas rituais que permitirão à humanidade terrestre se reencontrar periodicamente como humanidade mítica e reviver o instante cosmogônico da criação. Por meio de rituais, especialmente os rituais xamânicos, a comunidade pode vivenciar a passagem revitalizante do finito temporal ordinário e histórico para a duração infinita do Tempo sagrado. O Tempo sagrado, pela sua própria natureza mítica, é reversível, ou seja, é o Tempo mítico tornado presente pela experiência ritual". ²⁰ Vale reforçar o significado da Ayahuasca (*kamparampi*) para a cosmologia xamânica amazônica, bem como Ashaninka, neste excerto de Lessin (2011, p. 113): "Para se pensar a política e a economia externa Ashaninka é necessário levar em conta o mundo espiritual como parte integrante do Cosmos indígena. O complexo político econômico Ashaninka é uma trama de relações políticas xamânicas corporais e espirituais, físicas e metafísicas, internas e externas. [...] a ayahuasca é o pilar (Axis Mundi) do conhecimento xamânico amazônico; obviamente, a solidariedade mística entre a humanidade e o restante das formas naturais de vida na Amazônia indígena, passa pela amplitude da experiência extática obtida pela ingestão ritual da bebida. [...] O êxtase xamânico é, sobretudo, uma experiência de morte e ressurreição do xamã, e essa morte ritual é o signo do transbordamento da condição humana histórica à condição mítica trans-histórica."

²¹ O *blog* Saberes da Floresta (disponível em: <http://saberesdafloresta.blogspot.com.br/>) foi criado em 06 de junho de 2007, antes da inauguração do Centro.

²² O *blog* da Associação Ashaninka do Rio Amônia (apiwtxa.blogspot.com) foi criado alguns dias antes do *blog* do Yorenka ãtame, em 1º de junho de 2007.

Nessa arquitetura informativa são divulgados todos os prêmios recebidos por eles. “Prêmio Culturas Indígenas”, MinC, na categoria artesanato (2009); “Ordem do Mérito Cultural” (2008), categoria Associação; “Prêmio Chico Mendes”, 1º lugar, categoria Associação Comunitária (2007). Essa reputação do grupo é fortemente associada à preservação cultural, à tradição do conhecimento Ashaninka, e isso traz o reconhecimento desse trabalho tanto no âmbito nacional quanto internacional. Vale a pena registrar que Isaac Pianko, professor Ashaninka, irmão de Benki Pianko, está no segundo mandato (2021-2024) como prefeito de Marechal Thaumaturgo, o 1º prefeito indígena eleito e reeleito no estado do Acre.

De um total de 304 *posts* publicados entre 2007 e 2010, parte deles foi escrito por Leila Soraya Menezes, da Rede de Cooperação Alternativa Brasil (RCAB)²³, e por Benki e Isaac Pianko. Também há a publicação de matérias de agências de notícias de organizações governamentais e não governamentais correlacionadas ao trabalho da Apiwtxa. Os assuntos tratados mostram uma cartografia do conflito, em que o território Indígena do Kampa sofre recorrentes invasões: dos madeireiros peruanos (principalmente da Empresa Foresta Vedeo), dos narcotraficantes, dos caçadores ilegais. Além disso, há problemas indiretamente associados aos seus territórios: a prospecção de petróleo e gás na região e a questão dos índios isolados ameaçados pelos madeireiros e narcotraficantes.

Uma série de ações “desenvolvimentistas” de integração física e energética vem sendo planejada pelos governos peruano e brasileiro, desde a pavimentação da Rodovia Interoceânica (BR 317), até a construção de uma estrada e de uma ferrovia ligando o município de Cruzeiro do Sul a Pucallpa (Peru).

Já a parceria energética visa promover a produção e a exportação de energia hidrelétrica e a integração de empreendimentos de empresas estatais e privadas – brasileiras e peruanas – nas áreas de petróleo e gás. Sua prospecção já está acontecendo no lado peruano, realizada pela empresa brasileira Petrobras.

²³ Com sede em São Paulo, a RCAB é uma rede de cooperação alternativa integrada pelas organizações indígenas e indigenistas: Comissão Pró-Índio/AC, Centro de Trabalho Indigenista, Instituto Socioambiental, entre outras.

As associações indígenas e extrativistas da região vêm discutindo esses processos de integração para que sejam respeitadas por esses governos as recomendações da Convenção 169 da Organização Internacional do Trabalho (OIT) e da Declaração das Nações Unidas sobre os Direitos dos Povos Indígenas. Essas recomendações garantem o direito das comunidades e organizações à realização de consultas prévias consentidas a respeito das políticas oficiais de desenvolvimento e de “integração regional” que venham a afetar seus territórios e modos de vida (CHAVES, 2010). Vários encontros relacionados à gestão de seus territórios foram registrados no *blog*, apontando para um esforço de um diálogo em comum entre os Ashaninka, os outros povos indígenas envolvidos e os órgãos de apoio, principalmente a Comissão Pró-Índio do Acre e o governo do Estado²⁴.

Uma série de *links* de outras redes parceiras nos dá a dimensão da reticularidade da Apiwtxa²⁵. Além das já citadas, há outras instituições com projetos em parceiras: Rede de Amigos da Escola Yorenka Ætame (organizada por Luis Paulo Montenegro do IBOPE); *Brasilien Magazin*; Centro de Democratização da Informática (CDI); Clara Projetos Especiais; Comissão Pró-Índio do Acre (CPI/AC); Funbio; *Manitou Foundation*; Vídeo nas Aldeias; e Rede Povos da Floresta.

Ao perscrutar o nível de conectividade digital, busquei detalhar a qualidade e a frequência da conexão, tanto do Yorenka Ætame como da Aldeia Apiwtxa. Como constatei na pesquisa de campo em 2012, os espaços na época, possuíam computadores com acesso à Internet (conexão lenta), sendo fundamental para o fortalecimento da conexão com suas redes de apoio. No entanto, me chamou a atenção que a conectividade entre essas redes seja igualmente reforçada com o uso de dispositivos móveis (celulares).

²⁴ Desde 2004, a Comissão Pró-Índio do Acre e a SOS Amazônia coordenam o Grupo de Trabalho para a Proteção Transfronteiriça da Serra do Divisor e Alto Juruá, grupo de instituições que debatem as questões da fronteira e os impactos sobre os povos da região (CHAVES, 2010).

²⁵ Os links são das seguintes instituições: ActionAid; Aidesep; Asociación Interétnica de Desarrollo de la Selva Peruana; Associação do Movimento dos Agentes Agroflorestais Indígenas do Acre (AMAAIAC); Amazônia.Org; Associação Nacional de Ação Indigenista (ANAI); Autres Brésils; Biblioteca da Floresta Marina Silva; Brasil Sustentável; Centro de Mídia Independente (CMI Brasil); Coordenação das Organizações Indígenas da Amazônia Brasileira (COIAB); Coordenadora das Organizações Indígenas da Bacia Amazônica (COICA); Conselho Nacional dos Seringueiros; *Documentary Educational Resources*; *France Libertés-Fondation Danielle Mitterrand*; FSC-Watch; FUNAI; Fórum Amazônia Sustentável; *Gesellschaft für bedrohte Völker* (GfbV); *Global Voices*; Governo do Estado do Acre; IBAMA; ICRA Internacional; Instituto Socioambiental (ISA); Ministérios da Defesa, do Meio Ambiente e da Cultura; Museu Emílio Goeldi; Natureparif; Organização Internacional do Trabalho (OIT); Organização dos Professores Indígenas do Acre (OPIAC); Organização do Tratado de Cooperação Amazônica (OTCA); Pastoral Fluvial; Polícia Federal; Página 20; *Rainforest Foundation Norway*; RCA Brasil; Universidade Federal do Acre (UFAC); Universidade da Floresta; Warã Instituto Indígena Brasileiro.

Os celulares já fazem parte dos corpos dessas pessoas e encarnam essa mobilidade em seu sentido pleno. Pelas dificuldades geográficas, uma única operadora oferecia esse serviço na região de Marechal Thaumaturgo, a OI, que, com seu sistema de bônus para ligações para celulares dessa operadora, tornava bastante viável a comunicação entre eles e seus contatos e redes.

Particularmente, o modo como os Ashaninka se inserem nesse processo de digitalização merece algumas observações. Na visita de campo e em conversas com Benki Pianko constatei que a internet é submetida às regras de uso local, aos “critérios de uso”, segundo ele. O acesso não era indiscriminado entre todos os Ashaninka da comunidade Apiwtxa. São os professores indígenas da comunidade e as lideranças indígenas, pesquisadores, entre outros, de fora da comunidade, que utilizam esses equipamentos. No Yorenka Ātame a “chave”²⁶ da sala estava disponível para todos os jovens que queiram acessar, mas na Apiwtxa a “chave” estava com D. Piti, mãe de Benki. Um dos argumentos alegado por Benki devia-se ao fato da dificuldade de manutenção dos equipamentos na Aldeia. Não há técnicos em informática entre os Ashaninka e a Aldeia está a três horas de barco de Marechal Thaumaturgo, para onde não há via de acesso por terra, só pelo Rio Alto Juruá²⁷. Por isso, o uso desses equipamentos está condicionado ao trabalho dos professores indígenas e daqueles que são aptos a manuseá-los. Além desses, em geral os Ashaninka que os utilizam são aqueles que estão envolvidos em atividades da Associação e da Cooperativa. Parece-me bastante evidente que essa forma de interagir com o mundo digital está condicionada às especificidades da organização política Ashaninka e à preocupação deles de manter forte suas referências culturais tradicionais²⁸. Ou seja, eles elaboram a inserção deles nas redes digitais, bem como seu modo de interagir nos fluxos globais de informação.

²⁶ A porta da sala de acesso aos computadores era fechada para segurança dos equipamentos e para evitar a entrada de animais peçonhentos (cobras e aranhas). Segundo Benki, o Centro foi assaltado uma vez e roubaram aproximadamente cinquenta mil reais em equipamentos, principalmente motores de barcos e cortadores de grama. Isso fez com que o Centro estabelecesse regras de segurança, como a presença permanente de pessoas no local.

²⁷ Marechal Thaumaturgo é um dos municípios mais isolados do Acre. Sua população urbana e rural é de 14.200 habitantes (IBGE, 2010), distribuídos em 8.192 km². Saindo de Cruzeiro do Sul (cidade mais próxima com um aeroporto) em um avião de pequeno porte são aproximadamente cinquenta minutos e de barco pequeno são dez horas de viagem. Com barcos maiores são dois dias de viagem, dependendo dos períodos de cheia do Juruá e de sua direção (descer ou subir).

²⁸ Em conversa com Benki, ele disse que o acesso à rede, para os Ashaninka, tem um “propósito”. Ao mencionar que tiveram energia elétrica na Aldeia em certo momento, contou que cada família passou a ter som e TV, mas eles perceberam que elas estavam deixando de ouvir as histórias dos mais velhos para ficarem diante dela. Houve um momento de grande inquietação entre eles e assim, por consenso, decidiram não ter mais energia elétrica. Essa preocupação veio, principalmente, em decorrência de uma possível interferência na língua Ashaninka.

TRÍADE SIMBIÔNTICA ASHANINKA

A face visível da rede nas arquiteturas digitais indica a digitalização como ecossistema informativo reticular transformador do lugar físico onde vivem e se reproduzem simbolicamente essas culturas, além de indicar também a digitalização informativa de suas memórias (ao registrarem suas histórias, músicas e narrativas) e de suas ações de sustentabilidade. Mais que um instrumento, as tecnologias de informação e comunicação em interação com esses povos tornam-se um vetor de enunciação e experimentação de linguagens e performatividades, isto é, um novo modo de habitar, associado a essas tecnologias.

Formado por um coletivo de tecno-atores, humanos e não humanos, as interações com essas tecnologias digitais ampliam os agenciamentos e as ações por eles realizados. Além dos povos Ashaninka e todas as comunidades da região, as organizações governamentais e não governamentais compuseram essa rede descentralizada, essa “rede de redes”. De seus atores não humanos, além da própria Floresta como grande ecossistema, destacam-se os rios (Alto Juruá e Amônia), toda a fauna e a flora.

Exemplos triviais nos dão a dimensão da reticularidade e agencialidade da Floresta. De fato, como as redes, a Floresta é um ecossistema altamente complexo que extrapola a narração de suas partes, da sua fauna, flora e espíritos. É preciso senti-la. Diferente de toda a tradição do pensamento ocidental que construiu representações sobre a Natureza, externalizando-a para dominá-la, quando se está na Floresta, pode-se senti-la de modo pleno. Com os dispositivos técnicos de conexão interligando essas comunidades cumpre-se seu destino de conexão com os diversos planos. Essa conectividade parece residir, de alguma forma, em um imaginário fantástico ecológico já performatizado em várias produções audiovisuais, a mais eloquente *Avatar*, de James Cameron (2009)²⁹, as aventuras dos Navis e seus híbridos, unidos pela salvação do seu planeta. Contudo, da Floresta, embora tenha sido “imaginada” ora como paraíso, Eldorado e inferno, emana um grande mistério, somos impelidos à diminuição de qualquer ímpeto de supremacia humana. Assim, nada mais pós-humano que a Floresta.

Obviamente não são todos que ultrapassam essas fronteiras corpóreas. Esse trânsito entre os diversos planos é realizado, sobretudo, pelos xamãs, mediadores natos desses ecossistemas.

Nesse trânsito, a agencialidade não é só do xamã, mas também das ervas para a ayahuasca. Essa ritualização Ashaninka esteve presente em todos os momentos de troca e de encontros com outras redes. Por exemplo, os encontros com os agentes da Rede Povos da Floresta, como analisados anteriormente (PEREIRA, 2013), sejam eles autoridades políticas e/ou institucionais, realizados no Centro Yorenka Ātame ou na Aldeia Apiwtxa, eram celebrados com *piyarentsi* (bebida fermentada da mandioca) e *kamarampi* (Ayahuasca).

Tais rituais, em pleno funcionamento na estrutura social da comunidade Apiwtxa, demonstram a força cultural desse povo (LESSIN, 2011)³⁰, significando a força da sua cosmopolítica xamânica. Suas redes, suas trocas, bem como seus territórios, foram ampliados pela digitalização, mas não só eles. Esse saber tradicional profundamente consorciado com a Natureza, sua territorialidade, possui um valor global a ser compartilhado entre todos, capaz de transformar a visão sobre essa mesma Natureza, conforme essas significativas palavras de Benki Pianko sobre o papel do Centro Yorenka Ātame:

O que a gente vive ou cria pra sociedade, de uma forma geral, é uma transformação da visão de pensamento sobre a natureza. Então, o Centro Yoreñka Atãme foi uma criação pensada de: “e se a gente puder criar novos mecanismos para desenvolver as nossas tecnologias, que essa sabedoria possa vir agregada ao valor tradicional e esse valor venha a dar um suporte ou dar um valor maior ao que a natureza tem? Nós podemos estar criando pra sociedade um novo pacto em que a nossa maior riqueza, nossa maior contribuição, que hoje a gente tem pra dar está dentro da visão do que a gente tem do valor de tudo da floresta aqui, ou, em outros níveis, até global, né?

Como é que nós não vamos viver sem a água, como nós não vamos viver sem o ar? Nós não vamos viver sem as florestas, nós não vamos viver sem a terra. (BENKI *apud* LESSIN, 2011, p. 143)

Essa consciência da contribuição deles para a sociedade, pautada por um novo pacto ecológico reticular com seu território e seus saberes, se reforça e se amplia com a digitalização, com as interações e com as novas tecnologias de informação e comunicação.

³⁰ Lessin (2011) descreve ambos rituais, seu preparo e beberagem, como formas de desenvolvimento das relações políticas internas (reciclagem da identidade primordial) e externas (reciclagem da sustentabilidade cosmológica).

²⁹ Narrativa pós-humana e pós-humanista, *Avatar* reuniu os elementos de vanguarda em 3D, transformando-se um filme paradigmático no gênero, com um forte apelo ecológico. Seu diretor, James Cameron, participou de manifestações no Brasil contra a construção da Hidrelétrica de Belo Monte.

As tecnologias de comunicação nos fornecem uma percepção particular do ambiente, criando práticas interativas em consequência de seu papel ativo, constituindo uma experiência habitativa característica. É possível, portanto, após o advento das redes digitais, pensarmos em uma nova ecologia capaz de criar um dinamismo interativo entre esses elementos digitalizados, típica de uma forma comunicativa do habitar distinta daquela expressa pelos meios de comunicação analógicos (DI FELICE, 2009, p. 57).

Em outro momento, chamei essa atuação não só dos Ashaninka, como dos da Rede Povos da Floresta, como *net-ativismo ecossistêmico*:

Essas conexões inauguradas pelas dinâmicas da Rede Povos da Floresta parecem, assim, apontar para uma ação colaborativa em rede – entre as comunidades tradicionais – e na rede digital – com interação desses povos com as arquiteturas digitais de informação –, para aquilo que chamamos de “net-ativismo ecossistêmico”, onde a ação na rede pressupõe as suas partes interagentes: as comunidades tradicionais (com os seus saberes locais), o ambiente e os fluxos comunicativos. É uma ação integrada, aberta às relações entre as suas partes pelas quais também formam esse ecossistema informativo. (PEREIRA, 2010, p.12)

Certamente, a interação da cultura Ashaninka com as redes digitais está intrinsecamente associada a sua territorialidade, fortemente geográfica e simbólica (xamanica), como mencionado pelo coordenador da Rede Povos da Floresta, Ailton Krenak:

A territorialidade é o que sustenta suas redes de relações apoiadas na reciprocidade e ajuda mútua. Quando se rompe essas condições e essa rede de relação social, cultural e simbólica tem-se a erosão cultural. Indicadores dessa erosão são os altos índices de carência (carência de relações, carência de identidade, carência de símbolos, carência de afeto entre as pessoas) levando alguns à loucura, inclusive ao suicídio e à morte por fome.

Essa rede de relações existe naturalmente em algumas de nossas comunidades. E é assim que estas comunidades tem se mantido por décadas de geração a geração.

Nas últimas décadas, têm surgido redes de indivíduos e grupos de pessoas ativas na defesa dessa territorialidade. São pessoas ligadas a demandas destas comunidades tradicionais, apoiadores e parceiros de diferentes iniciativas locais.

Para estes parceiros a proteção do meio ambiente e dos valores que mantêm estas comunidades seguras de sua identidade e autonomia são a garantia de qualidade de vida e futuro melhor para todos.

Todos estes símbolos criativos e afirmativos da identidade local e regional, que encontram eco nesses grupos de apoio, refletem como aquele ambiente ou lugar.

Uma função da Rede Povos da Floresta é alimentar o fluxo entre estas comunidades de informação e grupos de apoio e solidariedade a ponto de não deixar nenhum furo nessa rede. Canal franco, aberto, para intercâmbio. Via de trânsito rápido e de mão dupla.

A Rede Povos da Floresta é uma iniciativa voltada para o fortalecimento institucional das ações de todas essas comunidades diante da pressão enorme que sofrem para saírem de seus territórios de origem. (KRENAK, RPF, 2003)³¹

Essa concepção territorial reticular fortemente ligada ao lugar, ao ecossistema da Floresta, designa esse ecossistema relacional, interagente e informativo que transcende a determinação de um único fator emergente:

Uma vez reproduzido digitalmente o espaço, transformado o mesmo em informação, configura-se a formação de um habitar informativo, pós-arquitetônico e pós-geográfico que, multiplicando os significados e as práticas de interações com o ambiente, nos conduz a habitar naturezas diferentes e mundos no interior dos quais nos deslocamos informaticamente. (DI FELICE, 2009, p. 22)

Essa metaterritorialidade reticular, acionada por essas espacialidades comunicativas, feita de trocas informativas, não só alteram seus territórios físicos e simbólicos como apontam para a emergência habitativa atópica³², capaz de proporcionar uma forma reticular de interação entre o território, a biodiversidade e as culturais locais. No caso dos Ashaninkas e das comunidades que habitam a Floresta, isso pode significar também, além da disseminação de seus saberes tradicionais baseada em sua relação sustentável com a natureza, a visibilidade de sua diferença e a promoção de ações *em* rede entre essas comunidades e *na* rede pelos circuitos digitais. Deslocam a Floresta e seus povos para o mundo, possibilitando a transmissão de sua atmosfera ambiental e o diálogo intercultural com outras redes de apoio além das historicamente existentes. Essa tríade simbiótica (culturas, mídias digitais, territórios) interdependente retroalimenta-se, formando um tipo de complexidade recursiva, dialógica, hologramática (MORIN, 2001) e atópica (DI FELICE, 2009).

³¹ Único post do *site* da Rede Povos da Floresta assinado por Ailton Krenak, disponível em: <http://redepovosdafloresta.org.br/exibePagina.aspx?pag=45&pagTipo=h>. Acesso em: 12 dez. 2003.

³² Segundo Massimo Di Felice, o habitar atópico significa a digitalização do espaço uma vez que isso possibilita a interação entre sujeito, tecnologia comunicativa digital e ambiente, há deslocamento transorgânico e informativo do mesmo.

REFERÊNCIAS

- CARNEIRO DA CUNHA, M. C. e Almeida, M. B. Enciclopédia da Floresta – o Alto Juruá: práticas e conhecimentos das populações. São Paulo: Companhia das Letras, 2002.
- DI FELICE, M. (org.). Paisagens pós-urbanas: o fim da experiência urbana e as formas comunicativas do habitar. São Paulo: Annablume, 2009.
- DI FELICE, M. Redes digitais, epistemologias reticulares e a crise do antropomorfismo social. In:
Revista USP, São Paulo, n. 92, p.9-19, Dezembro/Fevereiro 2011-2012.
- HARAWAY, D. A partilha do sofrimento: relações instrumentais entre animais de laboratório e sua gente. Horizonte antropológico. [online]. 2011, vol.17, n.35 [cited 2013-02-17], pp. 27-64. Available from: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-71832011000100002&lng=en&nrm=iso>. ISSN 0104-7183. <http://dx.doi.org/10.1590/S0104-71832011000100002>. Acesso em 21 de janeiro de 2013.
- LATOUR, B. Políticas da Natureza: como fazer ciência na democracia. Bauru, Edusc, 2004.
- _____. Reagregando o social: uma introdução à teoria do Ator-Rede. Salvador: Edufba, 2012; Bauru-SP: Edusc, 2012.
- LESSIN, L. Nos rastros de yakuruna: a partida de Pawa e a pós- sustentabilidade Ashaninka. 2011. 204f. Tese (Doutorado em Antropologia) – Departamento em Antropologia, Universidade Estadual de São Paulo, Marília, 2011.
- Disponível em:
http://www.marilia.unesp.br/Home/Pos-Graduacao/CienciasSociais/Dissertacoes/lessin_1_do_mar.pdf
- MENDES, M. K. Etnografia preliminar dos Ashaninka da Amazônia brasileira. 1991. 160f. Dissertação. (Mestrado em Antropologia) - Departamento de Antropologia, Universidade de Campinas, Campinas, 1991.
- _____. In: “Habitantes: os Ashaninka”. In: CARNEIRO DA CUNHA, M. C. e Almeida, M. B. Enciclopédia da Floresta – o Alto Juruá: práticas e conhecimentos das populações. São Paulo: Companhia das Letras, 2002.
- MORIN, E. Introdução ao pensamento complexo. Porto Alegre: Editora Sulina, 2011.
- PEREIRA, E.S. “Mídias nativas digitais e netativismo ecossistêmico – o caso da Rede Povos da Floresta”. IV Simpósio Nacional de Pesquisadores em Cibercultura. Rio de Janeiro, 18 a 21 de novembro de 2010, [comunicação] na mesa do eixo temático: “4. Biopolítica, Vigilância e Ciberativismo”. Texto disponível no site do evento: moodle.stoa.usp.br/mod/resource/view.php?id=31227
- _____. O local digital das culturas: as interações entre culturas, mídias digitais e territórios. 2013. 297f. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação). Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, 2013.

PIMENTA, J. Índio não é todo igual: a construção Ashaninka da história e da política interétnica. 2002. 320f. Tese (Doutoramento em Antropologia) - Departamento de Antropologia, Universidade de Brasília, Brasília, 2002.

_____. Indigenismo e ambientalismo na Amazônia ocidental: a propósito dos Ashaninka do rio Amônia. In: Revista de Antropologia. v.50 n.2 São Paulo dez. 2007.

STENGERS, I. The cosmopolitical proposal. In: LATOUR, B.; WEIBEL, P. (Org.). Making things public: atmospheres of democracy. Cambridge: MIT Press, 2005. p. 994-1003.

VIVEIROS DE CASTRO, E. Os pronomes cosmológicos e o perspectivismo ameríndio. In: Mana vol.2 no.2 Rio de Janeiro Oct. 1996.

Websites

Blog do Centro Yorenka ãtame, Saberes da Floresta:
<http://saberesdafloresta.blogspot.com.br/>

Blog da Associação Apiwtxa dos Ashaninka do Rio Amônia. <http://apiwtxa.blogspot.com>

Redes Povos da Floresta: <http://www.redepovosdafloresta.org.br/>

A interdisciplinaridade em questão: Tecnologias, Comunicação e Educação na pós-graduação *stricto sensu* – 10 anos do PPGCE/UFU¹

Adriana C. Omena SANTOS²

Mirna TONUS³

Universidade Federal de Uberlândia (UFU), MG

Resumo

O texto⁴, apresentado em 2013 e com dados atualizados em 2022, tem por finalidade apresentar reflexões acerca da proposta de interdisciplinaridade do mestrado profissional em Tecnologias, Comunicação e Educação, criado junto à Faculdade de Educação da Universidade Federal de Uberlândia, bem como alguns resultados dos 10 primeiros anos do programa. Neste sentido, comenta a busca pela interdisciplinaridade que forneceu subsídios para a elaboração do Projeto, apresenta a estrutura curricular com sua proposta interdisciplinar, as diretrizes metodológicas de ensino, o perfil diferenciado de seu corpo docente e discente, além das diretrizes para a produção final do curso, que dão sustentação à proposta, bem como dados da última autoavaliação do Programa.

Palavras-chave: Comunicação. Educação. Tecnologias. Interdisciplinaridade. Mestrado.

Uma proposta interdisciplinar

O Mestrado Profissional Interdisciplinar em Tecnologias, Comunicação e Educação foi criado, em 2012, na Faculdade de Educação da Universidade Federal de Uberlândia (UFU), que também abriga os cursos de graduação em Pedagogia e em Jornalismo e o Programa de Pós-Graduação em Educação, com Mestrado e Doutorado em Educação. Trata-se, assim, de uma proposta amadurecida, resultado da experiência da unidade acadêmica com as diferentes áreas de conhecimento, as quais se encontram presentes de maneira interdisciplinar no curso criado.

A proposta levou em consideração o papel das tecnologias e o fato de que, diante dos inúmeros desafios da sociedade contemporânea e de suas transformações sociais, culturais e educacionais, se apresentam aos educadores quatro opções: ignorar a influência das tecnologias

¹ Trabalho com dados parciais apresentados, no DT 7 – Comunicação, Espaço e Cidadania, no GP Mídia, Culturas e Tecnologias Digitais na América Latina do XIII Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, com apoio Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de Minas Gerais (FAPEMIG) e da Faculdade de Educação/UFU.

² Mestre e Doutora em Ciências da Comunicação pela Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo (ECA/USP), Docente do curso de Jornalismo, do Programa de pós-graduação em Tecnologias, Comunicação e Educação e no Programa de pós-graduação em Educação da Faculdade de Educação da Universidade Federal de Uberlândia (UFU), e-mail: adriomena@gmail.com.

³ Mestre em Educação pela Metodista e Doutora em Multimeios pela Unicamp, atualmente é a coordenadora do Programa de pós-graduação em Tecnologias, Comunicação e Educação e professora do curso de Jornalismo da Faculdade de Educação da Universidade Federal de Uberlândia (UFU), e-mail: mirnatonus@gmail.com.

⁴ O texto utiliza informações obtidas junto ao projeto de criação do Mestrado Profissional Interdisciplinar da Universidade Federal de Uberlândia, com redação produzida por comissão responsável, em que as autoras participavam como membros. Dados atualizados com base no relatório de autoavaliação do programa.

e dos meios de comunicação; introduzi-los sem a preocupação de explicá-los; explicá-los sem a preocupação de contextualizá-los; ou utilizá-los na perspectiva da interdisciplinaridade entre comunicação e educação, mediada e intensificada pelas tecnologias. Mais que um conceito, trata-se da compreensão e reflexão sobre os meios, especificamente, os relacionados às tecnologias digitais de informação e comunicação (TDIC) e suas implicações comunicativo-educativas.

O curso de Pós-Graduação *Stricto Sensu* em Tecnologias, Comunicação e Educação, em nível de mestrado profissional interdisciplinar, preocupa-se em romper com a tendência de trabalhos isolados, tem como proposta trabalhar de maneira interdisciplinar as três áreas citadas, de maneira a oferecer um marco teórico, profissional e docente organizado, coerente e que torne possível a formação de pesquisadores e profissionais especializados na busca por desvendar a complexidade de suas inter-relações.

Neste sentido, a proposta foi exatamente trabalhar de maneira interdisciplinar as áreas de Comunicação e Educação, tendo as Tecnologias como interface, no sentido de estabelecer trocas entre as diferentes áreas do conhecimento que se entrecruzam na dimensão do desenvolvimento tecnológico contemporâneo. Em um mundo cuja tônica são a flexibilidade e a reestruturação produtiva, procuramos ultrapassar a dimensão fetichista destes conceitos e oferecer um curso que tenha como dimensão uma formação profissional com viés democrático, emancipatório, analítico e prospectivo.

Tanto o programa de Pós-Graduação quanto o curso de Mestrado Profissional Interdisciplinar em Tecnologias, Comunicação e Educação têm a proposta de trabalhar com as inquietações presentes nas três áreas, que se inter-relacionam, viabilizando o rompimento dessas fronteiras com o intuito de gerar conhecimentos interdisciplinares, tendo a tecnologia como eixo central em interface com ambas as áreas, comunicação e educação.

A grande preocupação foi demonstrar tal interdisciplinaridade como algo possível, crescente e aparentemente irreversível, e que necessita, portanto, de profissionais específicos para lidar com esta nova realidade e a emergência dessa área de saber, que foge das particularidades das áreas clássicas.

Assim, é possível afirmar que foi a expertise presente na Faculdade de Educação que possibilitou uma experiência efetivamente interdisciplinar desde o princípio da elaboração da proposta do novo mestrado, uma vez que sua comissão de estruturação envolvia profissionais e docentes dos diferentes órgãos e unidades acadêmicas da instituição. A perspectiva da implantação do curso se deu em um contexto de amplas demandas sociais, em geral, e profissionais, em particular, e se justifica por condições de ordem tanto geocomunicacional

quanto geoeeducacional, ao se considerarem, respectivamente, as condições do município de Uberlândia e da Universidade Federal de Uberlândia nos diferentes âmbitos em que está inserida.

Interdisciplinaridade como fio condutor: objetivos, linhas de pesquisa e perfil do egresso

Uberlândia é uma cidade de porte médio, inserida no eixo dinâmico de expansão do Brasil para o interior e classificada como uma das mais desenvolvidas de Minas Gerais. É considerado o principal centro industrial do Triângulo Mineiro, com uma população de aproximadamente 600 mil habitantes. O processo de urbanização e modernização de Uberlândia foi, obviamente, acompanhado pela ampliação de seu setor educacional, de maneira que essa realidade educacional tem colocado, para as instituições de ensino superior, principalmente para a UFU, novas demandas que conduzem ao desenvolvimento de importantes estratégias, programas e projetos, os quais recorrem, de forma sistemática e orgânica, a diferentes áreas em sua implantação.

Considerando a região e o protagonismo da Universidade Federal de Uberlândia, em que se insere o Programa, também é significativo o desenvolvimento da produção acadêmica e científica que tangencia as áreas das mídias, comunicação e educação. Tais produções são relevantes por demonstrar, entre outras coisas, a necessidade de promover a formação inicial e continuada dos profissionais que atuam em zonas fronteiriças dessas às áreas de Tecnologias, Comunicação e Educação.

A Lei de Diretrizes e Bases (LDB), nº. 9394/96, e os Parâmetros Curriculares Nacionais (PCN) (1997), por exemplo, apresentam a necessidade de uma formação tecnológica dos professores. Entretanto, ainda é possível perceber a grande lacuna nesse processo formativo, à medida que os documentos legais direcionam a formação tecnológica para momentos após a formação inicial dos professores. Ou seja, eles acabam por ter uma formação pedagógica que não lhes permite sua completa inserção na carreira docente, por compreender de maneira limitada o papel social das mídias na vida de seus discentes.

Outro aspecto a ser considerado, levando em conta as articulações possíveis comunicação e educação, faz referência aos estudos sobre educomunicação, que se somam aos PCN, e sua interpretação sobre as relações entre linguagem e educação. O espaço comunicacional relacionado ao educativo pode tornar-se um espaço político e problematizador da realidade, condição fundamental para a negação de qualquer dimensão positivista de formação que desconsidere as visões de mundo em disputa, as ideologias e as classes sociais que a constroem.

Neste contexto, a interface entre comunicação e educação, conhecida como educomunicação¹, propõe a elaboração de espaços criativos comunicativos abertos, quebrando a hierarquia na distribuição do saber, justamente pelo reconhecimento de que todas as pessoas envolvidas no fluxo da informação são produtoras de cultura, independentemente de sua função operacional no ambiente escolar. O que está em jogo é a compreensão da importância da ação comunicativa para o convívio humano, a produção do conhecimento, bem como para a elaboração e viabilização de projetos colaborativos de mudanças sociais.

Com a convergência de objetivos entre os campos da comunicação e da educação, torna-se possível desconstruir o argumento lançado pelos críticos da nova inter-relação, a saber, que ambos “jamais poderiam integrar-se, sob a suspeita de estarem perdendo sua identidade e razão de ser” (GARCIA *apud* SOARES, 2000, p. 19). Finalmente as tecnologias viabilizam “a Educomunicação que se apresenta com autonomia: tem filosofia própria, história e reconhecimento da sociedade” (RODRIGUES, 2009, p. 2).

É nesse sentido que, verificando o desenvolvimento das áreas de comunicação no Brasil e na região do Triângulo Mineiro, ao lado da articulação entre o campo da comunicação social e a educação, em especial no que se refere à apropriação midiática por e para a educação, além do uso das tecnologias para a produção de programas de natureza educativa, entendemos a pertinência e urgência da UFU ao implantar, por meio da Faculdade de Educação, um curso de pós-graduação *stricto sensu*, nível mestrado profissional interdisciplinar em Tecnologias, Comunicação e Educação.

Em resumo, um dos principais pontos que justificou a criação do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Sociedade e a implantação de tal curso é a característica própria das áreas envolvidas e da unidade/instituição proponente. A opção por um mestrado profissional e não acadêmico, em um primeiro momento, se justifica pelo fato de que o primeiro se propõe a levar as dificuldades dos profissionais para a academia, que as estuda e propõe alternativas/respostas para a sociedade/profissão considerando a formação e a inovação para a área, e não apenas os postulados acadêmicos em si.

De acordo com a Portaria Normativa nº 17/2009, que dispõe sobre o mestrado profissional no âmbito da Capes, ele é definido como modalidade de formação pós-graduada *stricto sensu* que possibilita a qualificação de pessoal para a prática profissional, a formação de profissionais qualificados pela apropriação e aplicação do conhecimento embasado no rigor

¹ Educomunicação é tanto uma prática quanto um conceito na interface entre Educação e Comunicação. Como prática, propõe novos tipos de aprendizagem, utilizando recursos tecnológicos e novas relações na comunicação, mais democráticas, igualitárias e menos hierarquizadas. O conceito de Educomunicação é entendido pelo professor Ismar de Oliveira Soares, da USP, como “o conjunto das ações inerentes ao planejamento, implementação e avaliação de processos, programas e produtos destinados a criar e fortalecer ecossistemas comunicativos em espaços educativos presenciais ou virtuais, tais como escolas, centros culturais, emissoras de TV e rádios educativos”, e outros espaços formais ou informais de ensino e aprendizagem (SOARES, 2013).

metodológico e no conhecimento científico e a incorporação e atualização permanente dos avanços da ciência e das tecnologias, bem como a capacitação para a aplicação destes.

Cabe ressaltar que, para a proposta do Programa em questão, foram consideradas diretrizes institucionais e a legislação vigente, em especial a Resolução 19/2009 do CONPEP/UFU, a Portaria Normativa nº 17 de 28/12/2009 (que substituiu a Portaria nº 7/2009), a Portaria Ministerial nº 193 de 04/10/2011 e as Portarias Ministeriais nº 1 e nº 2 de 4 de janeiro de 2012.

Outro ponto que merece reflexão no presente artigo diz respeito à busca pela interdisciplinaridade na proposta, uma vez que é fundamental e necessária uma reflexão acerca desse conceito e de seu substrato para entender a educação brasileira contemporânea. Somada a isso, a maior parte dos “problemas da Comunicação requerem em geral a participação de várias áreas de conhecimento para seu estudo e solução” (BARBOSA, 1979 *apud* MELO, 2011, p. 101). A proposta se ampara nas considerações da autora quando afirma que

O estudo da interdisciplinaridade como abordagem é consequentemente central para o ensino de comunicação. Pelo isoformismo organizacional, a interdisciplinaridade deve ser o meio através do qual se elaborem os currículos e a práxis pedagógica da comunicação (BARBOSA, 1979 *apud* MELO, 2011, p. 101).

Para a autora, o nome “interdisciplinaridade” diz respeito às relações que podem existir entre as disciplinas e sugerem a existência de disciplinas em separado, autônomas, mas que pretendem inter-relacionar-se, estendendo fronteiras e explorando faixas intermediárias.

Modernamente, contudo, o conceito de interdisciplinaridade tem se identificado cada vez mais com a ideia de integração, que, no campo da Educação, vai muito além da proposta de relacionamento entre as disciplinas (BARBOSA, 1979 *apud* MELO, 2011). Neste ponto, é importante o papel das tecnologias, pois, segundo a autora, contribuem de tal maneira para a complexidade da sociedade que os problemas passam a requerer soluções interdisciplinares. Neste contexto, ela defende que a função da interdisciplinaridade é desenvolver no indivíduo um processo de pensamento que o torne capaz de, frente a novos objetos de conhecimento, buscar uma nova síntese.

Assim, tendo como premissa o conceito de interdisciplinaridade na proposta, o programa tem como objetivos:

- ✓ Promover um processo formativo de elevada qualidade científica e profissional nos campos das Tecnologias, da Comunicação e da Educação, de forma interdisciplinar e contextualizada;
- ✓ Propiciar um espaço para estudo, debate e problematização do fenômeno da interdisciplinaridade, além de oferecer aos participantes condições de refletir sobre as

tendências e o papel desse fenômeno na sociedade e mundo do trabalho;

- ✓ Preparar profissionais tanto para o mundo do trabalho, quanto para atividades próprias da investigação científica, por meio do aperfeiçoamento da formação profissional e do desenvolvimento de métodos e técnicas de pesquisa interdisciplinar nas áreas envolvidas;
- ✓ Criar condições favoráveis ao desenvolvimento de estudos, pesquisas avançadas, análises e propostas profissionais relativas à interdisciplinaridade envolvendo Tecnologias, Comunicação e Educação em suas múltiplas relações sociais, econômicas, acadêmicas e culturais;
- ✓ Promover ações efetivas de extensão, como processo educativo, cultural e científico, em articulação com o ensino e a pesquisa, a fim de ampliar a interface, em uma perspectiva transformadora, da UFU com a sociedade, em especial, com os setores não acadêmicos;
- ✓ Conferir, de acordo com o regime didático-científico do programa, o grau de mestre em Tecnologias, Comunicação e Educação;
- ✓ Oferecer possibilidades para que os discentes aperfeiçoem o desenvolvimento de produtos correlatos às áreas do mestrado profissional interdisciplinar.

A intenção é que, ao atingir os objetivos propostos, o programa forme egressos cujo perfil seja bastante diverso daquele dos que frequentam mestrados acadêmicos, pois, enquanto nestes a presença de profissionais recém-formados é uma tendência natural, no Mestrado Profissional, a clientela deve ser majoritariamente formada por profissionais já experientes e inseridos no mundo do trabalho.

O Mestrado Profissional Interdisciplinar em Tecnologias, Comunicação e Educação, especificamente, é oferecido para graduados em Pedagogia, Licenciaturas e Comunicação Social em suas diferentes habilitações (Jornalismo, Publicidade e Propaganda, Radialismo, Relações Públicas). São aceitos, também, graduados em outras áreas que tenham atuação profissional comprovada em educação, comunicação ou tecnologias. Assim, o perfil do discente é composto por educadores e comunicadores que buscam, além da qualificação profissional, aprender como incluir a pesquisa existente e aquela que está sendo produzida no seu trabalho cotidiano.

Ao final do curso, a proposta é que o profissional conheça, por experiência própria, o que é pesquisa/desenvolvimento e esteja preparado para saber onde encontrar, no futuro, a pesquisa que interessa à sua profissão. No mesmo contexto, espera-se do egresso do Mestrado Profissional Interdisciplinar em Tecnologias, Comunicação e Educação que consiga:

- ✓ Conhecer suficientemente, de um lado, as práticas da educação, e, de outro, os modelos e procedimentos que envolvem o mundo da produção midiática e das tecnologias, de forma a exercer atividades de caráter transdisciplinar tanto na docência, quanto na coordenação de

trabalhos de campo, na interface Comunicação/Educação/Tecnologias;

- ✓ Gerenciar conflitos e empregar a criatividade para encontrar soluções que melhorem os processos educativos, tanto formais (escolares), quanto não formais (desenvolvidos pelas ONGs) e informais (desenvolvidos pelos meios de comunicação voltados para a educação);
- ✓ Desenvolver a capacidade de, no contexto das relações interdisciplinares entre tecnologias, comunicação e educação, criar e implantar soluções, fazer autogestão da comunicação e atuar como agente cultural aberto às inovações e, simultaneamente, próximo à realidade do público que está sob seus cuidados, nos diferentes âmbitos de sua atuação;
- ✓ Capacitar lideranças, elevar a escolaridade e promover o interesse pelas áreas de Comunicação Social e afins e de Educação, no sentido de pensar constantemente a interseção entre mídia e processos educacionais e sua mediação pelas tecnologias.

No que diz respeito aos campos de atuação, o curso em questão tem como proposta preparar um profissional para atender às demandas dos setores da sociedade relacionados à interface comunicação/educação, podendo atuar em três âmbitos: no magistério, em consultoria e na pesquisa, enquanto:

- Consultores em empresas, organizações do terceiro setor, mídia e escolas, implementando projetos com finalidades que atentem para comunicação e educação, mídias educativas, linguagens e dispositivos da comunicação para a educação formal e não formal;
- Professores na educação básica, no ensino médio ou superior, considerando a abertura dos PCN para que essa modalidade de formação leve em conta as tecnologias, os processos e as linguagens da comunicação;
- Pesquisadores com dedicação à atividade de pesquisa, tanto no espaço acadêmico quanto nas organizações que investigam a qualidade educativa da produção midiática e a relação entre o sistema de meios de comunicação e os públicos consumidores.

Para a definição das linhas de pesquisa, a equipe levou em consideração o fato de que a instituição oferece cursos nas diferentes áreas de conhecimento: Exatas e Engenharias (Tecnologias), Humanas (Educação) e Ciências Sociais Aplicadas (Comunicação). Tal experiência, para os docentes, tem amplificado a convicção de que a complexidade do mundo contemporâneo exige que um mesmo assunto seja analisado por diversos ângulos e não mais apenas da forma tradicional como os sistemas universitários dividiram o conhecimento, ou seja, os campos da natureza e das atividades sociais.

O Mestrado Profissional Interdisciplinar em Tecnologias, Comunicação e Educação, com a área de concentração em Educomunicação e as linhas de pesquisa Tecnologias e interfaces da

comunicação e Mídias, educação e comunicação, busca atender aos interesses dos profissionais das áreas envolvidas e contribuir para que a instituição proponente atinja seus objetivos e cumpra sua responsabilidade social na confluência de Comunicação e Educação.

A linha de pesquisa Tecnologias e Interfaces da Comunicação pretende desenvolver estudos, propostas e pesquisas interdisciplinares que tenham como objeto a comunicação como processo problematizado em suas interfaces, como comunicação pública, comunicação institucional, comunicação dirigida, jornalismo especializado, processos comunicacionais, cultura e suas relações com as tecnologias, abordando conceitos com abrangência desde a escrita até o ciberespaço. A produção nesta linha deve considerar a dinâmica do processo comunicacional em suas interfaces e as tensões envolvidas na área por meio de diferentes análises.

A linha de pesquisa Mídias, Educação e Comunicação, por sua vez, pretende desenvolver estudos, propostas, produtos e pesquisas interdisciplinares que problematizem os aspectos que dizem respeito à interface entre mídias, educação e comunicação e suas relações com as tecnologias. As pesquisas, produções e discussões tangenciam aspectos formais, não formais e informais da educação, de forma a garantir estudos em diferentes campos de atuação dos profissionais de comunicação e educação, abrangendo aspectos como formação de professores para produção e uso das mídias, relações entre trabalho e educação, caráter educativo e formativo da comunicação, e linguagens e produções midiáticas no contexto da educomunicação.

Composição curricular, tempo de integralização, perfil do corpo docente e critérios de avaliação em uma proposta interdisciplinar

O curso prevê duração mínima de um ano e máxima de dois anos. Os prazos foram estabelecidos levando em consideração que o primeiro ano deve ser direcionado para o cumprimento das disciplinas (Quadro 1), atividades programadas e orientação. Após o cumprimento dos créditos, o discente deverá dedicar-se à elaboração da dissertação, produto ou plano de aplicação profissional.

O programa indica como composição curricular mínima um total de 30 créditos, equivalentes a 450 horas-aula, assim distribuídos:

- I. Disciplinas obrigatórias: 08 créditos - 120 horas-aula;
- II. Disciplinas eletivas: 08 créditos - 120 horas-aula (*em sua criação eram apenas 04 créditos*);
- III. Atividades programadas: 02 créditos - 30 horas-aula (*em sua criação eram 06 créditos*);
- IV. Orient. dissertação/Prod./Proj. de aplicação: 06 créditos - 90 horas-aula;
- V. Qualificação: 02 créditos - 30 horas-aula;

VI. Defesa de dissertação/Projeto de aplicação: 04 créditos - 60 horas-aula.

Quadro 1 - Disciplinas do Mestrado Profissional Interdisciplinar em Tecnologias, Comunicação e Educação

DISCIPLINAS OBRIGATÓRIAS	CARGA HORÁRIA	CRÉDITOS
Fund. Epistemológicos Interdisciplinares: informação e sociedade	60	04
Procedimentos metodológicos de pesquisa	60	04

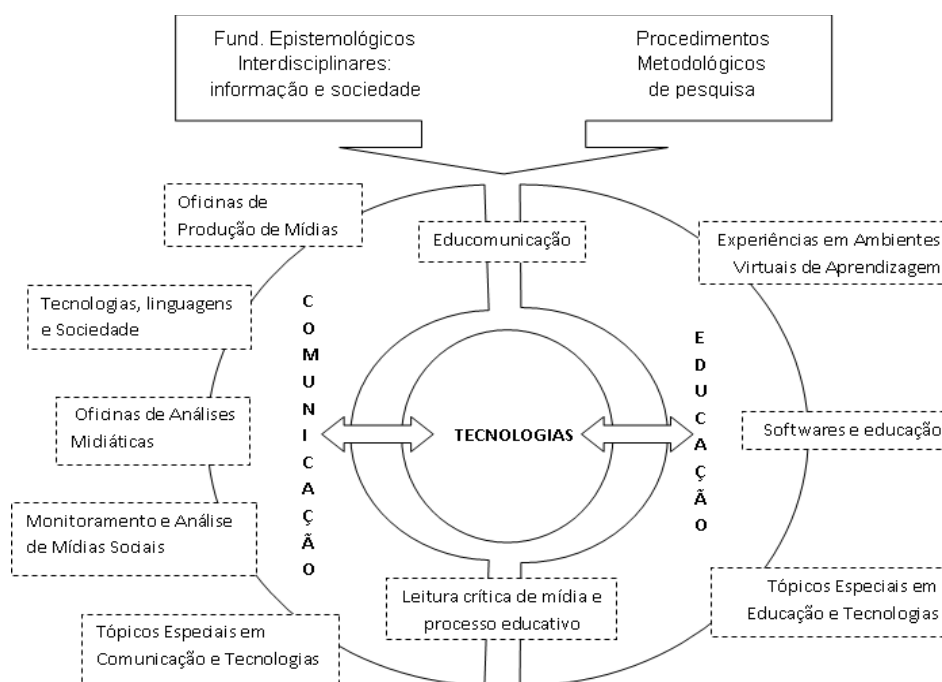
DISCIPLINAS ELETIVAS	CARGA HORÁRIA	CRÉDITOS
Educomunicação	60	04
Monitoramento e Análise de Mídias Sociais	60	04
Experiências em Ambientes Virtuais de Aprendizagem (AVA)	60	04
Oficina de Produção de Mídias	60	04
Leitura Crítica de Mídia e Processo Educativo	60	04
Oficinas de Análises Midiáticas	60	04
Softwares e Educação	60	04
Tecnologias, Linguagem e Sociedade	60	04
Tópicos Especiais em Comunicação e Tecnologias	60	04
Tópicos Especiais em Educação e Tecnologias	60	04

Fonte: UFU/FACED (2012)

As disciplinas obrigatórias estão vinculadas às linhas de pesquisa do curso e visam ao aprofundamento de temas e questões relativos aos fundamentos filosóficos, históricos e sociopolíticos das temáticas abordadas, bem como de questões metodológicas da pesquisa nas áreas correlatas.

As disciplinas eletivas destinam-se ao aprofundamento das questões teórico-metodológicas relativas às linhas e grupos de pesquisa e privilegiam o desenvolvimento dos projetos de dissertação ou de aplicação profissional, sua fundamentação teórico-metodológica, os instrumentos e técnicas para execução da pesquisa e/ou aplicação, estudos temáticos, seminários programados, pesquisas de campo e outros meios necessários ao desenvolvimento das propostas. A articulação das disciplinas e as interfaces das áreas estão expressas na Figura 1.

Figura 1 – Diagrama das disciplinas e interfaces das áreas



Fonte: UFU/FACED (2012)

Além das disciplinas obrigatórias e eletivas o curso prevê, como componentes curriculares, as atividades programadas, que serão propostas e desenvolvidas pelas linhas de pesquisa, envolvendo atividades extracurriculares relacionadas com a prática profissional, como workshop, oficinas, treinamentos, capacitações, participação em eventos técnicos ou científicos como congressos, simpósios, seminários, encontros. Poderão ainda ser consideradas as atividades desenvolvidas em estudos dirigidos, leituras orientadas, produção de textos e outras atividades desenvolvidas por docentes, discentes e pesquisadores em cada uma das linhas e terão como objetivo fomentar o debate e as trocas de experiências, consolidando as pesquisas em desenvolvimento pelo coletivo de pesquisadores.

Especificamente no que diz respeito às atividades de orientação, estão previstos períodos de trabalho sistemático do discente com seu orientador em torno do tema específico da dissertação/produto ou plano de aplicação profissional, com previsão de duração máxima de dois semestres. Ao final, o discente deverá elaborar e ter aprovado seu trabalho individual de pesquisa/produto/plano de aplicação, que será elaborado depois de cursados todos os créditos e desenvolvida a pesquisa/proposta inicial de trabalho.

Dada a característica do curso e a abrangência da proposta, o trabalho final do discente poderá ser estruturado sob a forma de estudo de caso, dissertação, pesquisa do tipo "survey", publicações tecnológicas, material didático, proposta educacional-tecnológica, produto

comunicacional ou educomunicativo, ou ainda sob diferentes formas, atendendo ao parágrafo único do artigo 50 da Resolução 19/2009 do Conselho de Pesquisa e Pós-Graduação (CONPEP) da UFU. Ainda que tal resolução indique inúmeras possibilidades, a intenção é que, no mestrado em questão, o trabalho final seja desenvolvido, preferencialmente, na forma de produto, plano de aplicação ou , nas áreas contempladas na proposta do curso, atendendo as definições:

- a) Produto: produção técnico-profissional, publicações tecnológicas, material didático, produto educomunicativo, produto comunicacional;
- b) Plano de aplicação: proposta tecnológico-educacional ou tecnológico-comunicacional, planos de comunicação, proposta de intervenção profissional;
- c) Dissertação: texto analítico-argumentativo resultante da pesquisa científica desenvolvida.

O trabalho deve, preferencialmente, ser voltado para problemas relevantes das áreas de Comunicação e Educação em interface com as Tecnologias, estando estreitamente vinculado aos conteúdos desenvolvidos durante o curso. O discente deverá demonstrar bom domínio do objeto de estudo/produção, do ponto de vista tanto metodológico como de conteúdo. Cada discente receberá orientação específica do professor especialmente designado para tal.

Tendo em vista a especificidade da proposta, é de fundamental importância o perfil do corpo docente, uma vez que interdisciplinaridade é trabalho em equipe. Neste sentido, o corpo docente busca professores com formações de diferentes áreas e envolvimento em pesquisas interdisciplinares. Todos os professores do quadro permanente possuem titulação de doutor, sendo alguns com pós-doutorado e/ou bolsa-produtividade e atendem o artigo 2º parágrafo 1º, inciso II da Portaria 193 da CAPES de 04/10/2011 e o item b do artigo 3º da Portaria nº 1 de 04/01/2012 do Ministério da Educação, que permite a participação de docentes em até três programas de Pós-Graduação, desde que um destes seja Mestrado Profissional.

Atualmente (em 2022), o Programa possui em seu corpo docente um total de 24 professores, com as mais diferentes formações como advogados (1), cientistas sociais (1), pedagogos ou licenciados (5), engenheiros (2), historiadores (3), jornalistas (10) e publicitários (2). Atualmente, a instituição permite a indicação de novos docentes para credenciamento e o curso já recebeu manifestação de interesse de profissionais/docentes com formações diversas, como linguistas, cientistas da computação e psicólogos.

A primeira seleção para o Programa aconteceu no final de 2012 e início de 2013 e o curso, cuja primeira turma teve início em 2013, ofereceu 20 vagas no turno noturno, além de cinco vagas para alunos especiais. Todos os selecionados apresentaram propostas com problemas interdisciplinares e a maior parte objetiva a elaboração de produtos além da dissertação.

Em 2021 o PPGCE contabilizava oito processos seletivos, totalizando 1.214 candidatos inscritos e 166 selecionados, o que resulta numa média de 7,3 candidatos por vaga). Quando considerados isoladamente tivemos anos com proporção ainda maior, como em 2015 em que foram ofertadas 26 vagas e tivemos 374 candidatos (proporção de 14,3 de candidatos por vaga).

Breve avaliação dos 10 anos de Programa: alguns resultados e reflexões

Desde sua criação e, principalmente após a mudança de área em 2017¹, o programa seguiu em sua trajetória de consolidação da qualidade de suas pesquisas ampliando o leque de atividades que articulam as linhas de pesquisa e vencendo obstáculos como a inexistência de bolsas e recursos de verba PROAP/CAPES.

Além disso, o Programa também caminha no sentido de amadurecimento e internacionalização por meio da inserção de seus pesquisadores, uma vez que 1/3 do corpo docente realizou pesquisas de pós-doutoramento junto ao Programa entre 2018 e 2022. Soma-se às ações de internacionalização, além dos trabalhos apresentados em eventos internacionais, as visitas técnicas e missões de trabalho realizadas pelos docentes nas instituições: Institut Français de Presse - Université Paris 2 - Panthéon Assas na França, Universidade de Ottawa (UOttawa) no Canadá e Universidade Metodista de Angola, em Angola, na Universidade do Minho, no Instituto do Porto ou na Universidade Nova de Lisboa.

Por ocasião da proximidade com os 10 anos de sua criação, em meio à última avaliação quadrienal (2017-2021) da Capes, o programa realizou um extenso trabalho de autoavaliação com comissão constituída por docentes, discentes, técnico, membros de outros PPGs UFU e membros de outro PPG na área. Dentre os resultados cabe ressaltar os abaixo expostos.

O Programa possui quatro grupos de pesquisa: a) grupo de pesquisa em Interfaces em Comunicação Pública da Ciência, Tecnologias e Educação: políticas públicas, comunicação digital e métricas, divulgação científica (CPCienTE), b) grupo de pesquisa em Narrativa, Cultura e Temporalidade (Narra) e c) Laboratório de Estudos Discursivos Foucaultianos (LEDIF). Todos os grupos são certificados pelo CNPq, dois deles com criação anterior a 2010 e um deles com criação em 2019.

¹ Por ocasião de sua aprovação na Capes o PPG foi inserido na área da Educação e em sua primeira avaliação foi transferido para a Área de Informação e Comunicação.

O programa possui parcerias com redes de pesquisa nacionais¹ e internacionais como a AMIS - Archives-Médias-Images-Sociétés e COMEDHI - Red Latinoamericana en Comunicación, Educación e História e a rede formada entre pesquisadoras/es da América Latina para promover pesquisas, eventos, publicações e ações de extensão nas áreas de Comunicação, Educação e História. Além disso possui, ainda parcerias com o Departamento de Ciências da Comunicação da Universidade do Minho, a Universidade de Barcelona - UB e a Secção de Comunicação de Ciência e Ambiente da European Communication Research and Education Association (ECREA).

A interdisciplinaridade tem marcado a identidade do Programa, seja pela formação e pós-graduação do corpo docente, seja pelas produções apresentadas pelo corpo discente, algumas inclusive com premiação na área como a pesquisa "*Propósito, personalidade e emoção como vias para a construção de sentidos da marca Nubank*", vencedora na categoria "Mestrado Profissional", do promovido pela Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom).

Cabe ressaltar a diversidade de temáticas/assuntos das pesquisas e produtos desenvolvidos no programa nos últimos anos, que envolvem desde processos diferenciados, planos de aplicação ou produtos sejam livros reportagens, documentários, aplicativos, sites, portais etc.

O programa, em sua última avaliação quadrienal apresentou robusta produção intelectual, considerando seu corpo docente constituído por cerca de duas dezenas de docentes que juntos, publicaram 115 artigos em revistas nos mais diferentes extratos no Qualis Periódicos - proposta única 2019 (A1-6; A2-12; A3-26; A4-10; B1 -16; B2-15; B3-11; B317) além de três livros de pesquisas, 116 capítulos de livros, cinco organizações de livros (coletâneas), sete produções artísticas; sete produtos de inovação/patentes e 107 produções em mídia.

O Programa formou, nesses aproximadamente 10 anos de funcionamento, mais de uma centena de mestres, com a maior parte dos trabalhos defendidos no prazo regulamentar. Os trabalhos de Conclusão de Curso estão disponíveis no repositório institucional e se dividem entre produtos técnico-científicos (acompanhados de produtos ou planos de aplicação - protótipos) e dissertações.

Merece ser enfatizado que a atuação do PPGCE expressa resultados da Política de Pós-Graduação da UFU, que segundo os dados gerais publicados em 2019, possui 57 programas de

¹ Rede de Pesquisa Aplicada Jornalismo e Tecnologias Digitais (JorTec) credenciada junto à Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor); Rede de Pesquisa Trabalho e Identidade dos Jornalistas, credenciada junto à Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor); Historicidades dos Processos Comunicacionais: Rede nacional de grupos de pesquisa que se dedica ao estudo do tempo como categoria para compreensão dos fenômenos e produtos da Comunicação; Rede Mineira de Estudos em Narrativas e Historicidades.

pós-graduação em todas as áreas de conhecimento e que, juntos, possuem 23 cursos de doutorado, 42 cursos de mestrado acadêmico, nove cursos de mestrado profissional (incluindo-se o PPGCE) e 12 especializações. Os compromissos estratégicos envolvem indicadores como a formação continuada com ênfase nos egressos da graduação; convênios de cooperação com instituições; apoio a grupos de pesquisa institucionalmente cadastrados e internacionalização da produção de conhecimento da universidade.

Considerações Finais

A implantação de um curso de pós-graduação *stricto sensu* em nível de mestrado profissional interdisciplinar em Tecnologias, Comunicação e Educação, na UFU, exigiu e justifica reflexões em torno de uma proposta que possa expressar o lugar e a importância das tecnologias, da comunicação e da educação não somente no desenvolvimento contemporâneo das sociedades em geral, mas também na sociedade brasileira e, dentro dela, no contexto do município de Uberlândia e região, que tem registrado aumento significativo de iniciativas comunicacionais baseadas em tecnologias digitais.

O objetivo deste artigo, ao apresentar informações acerca do Mestrado Profissional Interdisciplinar em Tecnologias, Comunicação e Educação da UFU, produzido em 2013 e atualizado com dados de 2021/2022, foi relatar a experiência sobre a articulação interdisciplinar para a elaboração do projeto, bem como a proposta interdisciplinar presente nas diretrizes do curso que prevê que o processo de incorporação entre disciplinas ou as diferentes especialidades destas deve ter como viés e objetivo a síntese transformadora.

O Programa de Pós-Graduação em Tecnologias, Comunicação e Educação, atualmente avaliado com o conceito 4 pela Capes, conta atualmente com 24 docentes credenciados, 19 permanentes e 5 colaboradores. A área de concentração do programa é a Educomunicação (que prevê a interface entre a Comunicação e a Educação) e o Programa tem seus docentes e discentes distribuídos em duas linhas de Pesquisa: Tecnologias e Interfaces da Comunicação (TIC) e Mídias, Educação e Comunicação (MEC). A Linha TIC possui 13 professores, sendo 11 permanentes e dois colaboradores, e a Linha MEC possui 11 professores, sendo oito permanentes e três colaboradores.

De acordo com os dados da autoavaliação realizada pelo programa, cabe ressaltar duas sugestões no levantamento junto a docentes e discentes: 1) Necessidade de maior interação entre os grupos de pesquisa, com compartilhamento de dados, inclusive de pesquisas, visitas técnicas e pós-doutoramentos; 2) Algum tipo de ação de integração para os discentes recém ingressos que não sejam egressos da UFU e/ou que estejam distantes da realidade acadêmica nos últimos anos.

Além disso, o relatório sugere que em casos em que a pesquisa aborde questões técnicas ou análises acerca de determinadas instituições, a empresa tivesse conhecimento dos resultados e, quem sabe, isso serviria como um norteador para possíveis mudanças internas, evidenciando a inserção social do programa. Tratam-se, portanto, de mudanças que passam pelo diálogo e pelo conhecimento. Tal aproximação será benéfica para o mercado, para o discente, para o corpo docente e para a sociedade que sentirá os reflexos dessas discussões.

Referências

- BARBOSA, A. M. T. B. A questão da interdisciplinaridade nas escolas de comunicação. In: MELO, J. M. **Pensamento Comunicacional Uspiano: impasses mundializadores na Escola de Comunicações e Artes (1973 - 2011)**. Volume 2. São Paulo: ECA/USP; SOCICOM, 2011, p. 101 - 114.
- BRASIL, Ministério da Educação. **Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional. Lei nº 9.394**, de 20 de dezembro de 1996. Distrito Federal/ Brasília, 1996.
- BRASIL. Ministério da Educação. Coordenação de Aperfeiçoamento de pessoal de Nível Superior. **Portaria nº 1 de 04 de janeiro de 2012**. D.O. U. nº 4 de 05 de janeiro de 2012.
- BRASIL. Ministério da Educação. Coordenação de Aperfeiçoamento de pessoal de Nível Superior. **Portaria nº 2 de 04 de janeiro de 2012**. D.O. U. nº 4 de 05 de janeiro de 2012.
- BRASIL. Ministério da Educação. **Portaria nº 193 de 04 de outubro de 2011**. D.O. U. nº 200 de 18 de outubro de 2011.
- BRASIL. Ministério da Educação. **Portaria normativa nº 07 de 22 de junho de 2009**. D.O. U. nº 117 de 23 de junho de 2009.
- BRASIL. Ministério da Educação. **Portaria normativa nº 17 de 28 de dezembro de 2009**. D.O. U. nº 248 de 19 de dezembro de 2009.
- RODRIGUES, Gabriela F. **É educomunicação? A descoberta do termo e de elementos educ comunicativos**. Disponível em <<http://www.usp.br/nce/aeducunicacao/saibamais/textos/>>. Acesso em 10 nov. 2009.
- SOARES, I. O. Educomunicação: um campo de mediações. **Educação e comunicação**. São Paulo: ECA-USP, set/dez.2000.
- SOARES, I. O. **Mas, afinal, o que é Educomunicação?** Universidade de São Paulo. Núcleo de Comunicação e Educação da Universidade de São Paulo. Disponível em <<http://www.usp.br/nce/wcp/arq/textos/27.pdf>> Acesso em 09 mai. 2013.
- UFU/CONPEP. Universidade Federal de Uberlândia. Conselho de Pesquisa e Pós-Graduação. **Resolução 19/2009 "Estabelece normas gerais para a criação, organização, funcionamento, implementação, extinção, avaliação e alterações relativas aos Programas de Pós-graduação stricto sensu, no âmbito desta Universidade."**. Uberlândia: UFU/Conselho de Pesquisa e Pós-Graduação, 2009.
- UFU/FACED. Universidade Federal de Uberlândia. Faculdade de Educação. **Proposta de criação do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Sociedade – Mestrado Profissional Interdisciplinar em Tecnologias, Comunicação e Educação**. Uberlândia: UFU/Faculdade de Educação, 2012. Disponível em < <http://www.ppgce.faced.ufu.br/node/82>>. Acesso em 01 mai. 2013.

PARTE 3 |



- *Comunicação e Educação*
- *Agendamento Coletivo*
- *Identidade e Desterritorialização*
- *Poder simbólico*

Jornalismo e Educação na América do Sul: Estudo sobre as Interfaces nos Cursos de Comunicação/Jornalismo, 2012-2022¹

Maira Nani FRANÇA²

Suselaine da Fonseca SILVA³

Adriana C. OMENA SANTOS⁴

Mirna TONUS⁵

Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia, MG

RESUMO

O texto apresenta reflexões sobre a sociedade contemporânea, que tem como uma de suas características o importante papel dos meios, seja na comunicação, na cultura ou na educação. O foco é uma reflexão sobre a adequação da formação em Jornalismo nas instituições, em especial as públicas, tendo em vista a sociedade informacional, conectada, e suas relações com a área da Educação. Em tal sociedade, merece atenção o novo tipo de aluno, que leva consigo, para a universidade, saberes acumulados, fato que possivelmente exige mudanças no posicionamento do educador e dos profissionais da comunicação. Como subsídio para as reflexões, foi realizado um levantamento sobre conteúdos curriculares nos cursos de Jornalismo/Comunicação no Brasil e demais países da América do Sul, em uma comparação entre 2013 e 2022, tendo em vista o novo perfil do aluno e da formação em Jornalismo/Comunicação nesta nova sociedade.

PALAVRAS-CHAVE: jornalismo; educação; comunicação; Brasil; América do Sul.

Introdução

Ainda que, o conceito de Educomunicação esteja sendo estudado por mais de três décadas e tenha estreita relação com as diferentes formações em Comunicação, entre elas a de Jornalismo, ainda é desconhecida em parte dos cursos e por parcela significativa dos educadores que atuam nessas áreas.

Este texto trata dessa possibilidade de formação focada na sociedade informacional, em que o Jornalismo se volta para uma educação para as mídias e os meios de comunicação passam a desempenhar uma função emancipadora para os indivíduos, sejam leitores, espectadores ou docentes e discentes de cursos de Jornalismo. Neste sentido, devem ser considerados os desdobramentos sobre a educação e sobre o educador, em particular, e sobre a formação e as

¹ Este capítulo é uma atualização do trabalho apresentado no GP Comunicação e Educação, XIII Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, de 7 a 9 de setembro de 2013.

² Doutora em Ciência da Informação pela UNESP, bibliotecária, diretora do Sistema de Bibliotecas da UFU, e-mail maira@ufu.br.

³ Doutoranda em Educação e mestre pelo Programa de Pós-Graduação Tecnologias, Educação e Comunicação da Faculdade de Educação da Universidade Federal de Uberlândia (UFU) e professora de Matemática e Robótica Educacional, e-mail suses23@hotmail.com.

⁴ Doutora em Comunicação pela ECA/USP, docente e coordenadora do Programa de Pós-Graduação Tecnologias, Educação e Comunicação da Faculdade de Educação da Universidade Federal de Uberlândia (UFU), e-mail: adriana.omena@ufu.br.

⁵ Doutora em Múltiplos Meios pela Unicamp e professora do Curso de Comunicação Social: Habilitação em Jornalismo da Universidade Federal de Uberlândia (UFU), e-mail: mirnatonus@ufu.br.

adequações que os cursos de Jornalismo têm sofrido visando atender ao perfil do aluno que leva consigo, para a universidade, saberes adquiridos fora do âmbito educacional.

A proposta é, após um breve levantamento das matrizes curriculares de cursos de Jornalismo/Comunicação dos países da América do Sul e de instituições federais no Brasil, além de duas estaduais paulistas, apresentar uma reflexão sobre a adequação (ou ausência dela) dos cursos frente à Educomunicação, tendo em vista o perfil de um novo comunicador e o conhecimento dos educadores na sociedade contemporânea.

Deste modo, dada a originalidade do tema, uma vez que diversos conceitos envolvidos ainda se encontram em discussão, várias vertentes podem ser estudadas, como os saberes prévios dos alunos, as variáveis educacionais da comunicação, as implicações sociais e culturais desse novo modelo de comunicação, tendo as inter-relações presentes, e, principalmente, a necessidade de propor alterações no perfil do educador e na formação em Jornalismo, tendo em vista as mudanças que a interface entre a Comunicação e a Educação, ou a Educomunicação, implica.

Comunicação/Educação: a Educomunicação como campo de conhecimento

Diante dos inúmeros desafios da sociedade contemporânea e de suas transformações sociais, culturais e educacionais, apresentam-se aos educadores quatro opções: ignorar a influência dos meios; introduzi-los sem a preocupação de explicá-los; explicá-los sem a preocupação de contextualizá-los; ou utilizar a Educomunicação. Esta última parte do fato de que os estudantes também estão levando novos conhecimentos ao ambiente escolar. Portanto, não se trata mais de meramente transmitir-lhes conhecimentos. É preciso capacitá-los para entender o que estão recebendo, mediar essa apreensão de novos dados e informações. O aluno, agora, é visualizado como protagonista, haja vista que o mais importante não é simplesmente receber, mas construir o significado sobre a informação.

A mesma dificuldade, enfrentam os comunicadores, já que foi preciso quebrar paradigmas. De acordo com Soares (2000), por volta dos anos 1940, reduzia-se o conhecimento à informação e a comunicação a um processo unidirecional, o que gerou ferrenhas críticas de sociólogos, especialmente dos ligados à Escola de Frankfurt. Segundo Adorno e Horkheimer, citados por Crespo, vinculados àquele grupo, a indústria cultural – termo cunhado porque os meios de comunicação em massa “funcionavam como uma verdadeira indústria de produtos culturais” (ADORNO; HORKHEIMER *apud* CRESPO, 2000, p. 206) – “tem como único objetivo a dependência e a alienação dos homens” (ADORNO; HORKHEIMER *apud* CRESPO, 2000, p. 207) e estimula o imobilismo.

Somente a partir de 1980, a Comunicação reconheceu que o espectador também é responsável pela construção das mensagens e, de forma análoga ao que aconteceu com a educação, percebeu que seu papel passava de transmissor a mediador, o que se dá pela interação do receptor/co-construtor junto a outros atores e ao contexto que o cerca.

O *boom* tecnológico que ocorreu no fim do século XX fortaleceu esse cenário, disponibilizando ferramentas que, para Rodrigues (2009, p. 4), “devem ser usadas para melhorar a performance de todos”. A autora alerta, entretanto, que “a tecnologia apenas contribui para a aprendizagem, mas não é a responsável por esse processo”. Soares (2000, p. 19), citando Gomez, completa: “a comunicação é vista como um componente do processo educativo e não através do recorte do ‘messianismo tecnológico’”.

Neste contexto e de acordo com Tabosa (2009), é possível entender que a Comunicação tem uma relação muito forte e direta com a Educação. Para a autora, as relações entre essas duas ciências vêm sendo chamadas de Educomunicação, um campo do conhecimento bastante singular. Por conseguinte, Comunicação e Educação não podem mais ser vistas apenas como assuntos distintos. Uma está ligada à outra, estabelecendo uma relação dialógica, o que resulta em um novo campo: o da Educomunicação.

Cabe ressaltar que, ainda segundo a autora, quando se aborda Educomunicação, se faz referência a um campo de pesquisa, de reflexão e de intervenção social cujos objetivos, conteúdos e metodologia são essencialmente diferentes, tanto da Educação Escolar, quanto da Comunicação Social pura e simplesmente. Investigar seus fundamentos e discutir as inter-relações dos vários tipos de saberes que se fundem na Educação e na Comunicação constituem os principais objetivos teóricos desse novo campo do conhecimento.

Pouco a pouco, surgiram linhas de pesquisa unindo a Educação e a Comunicação. Entre 1982 e 1984, no então Instituto Metodista de Ensino Superior, hoje Universidade Metodista de São Paulo (UMESP), Onésimo de Oliveira Cardoso coordenava uma linha de pesquisa denominada Comunicação e Educação, visando “à análise dos diferentes posicionamentos teóricos que tratam os fenômenos didático-pedagógicos à luz da comunicação e o desenvolvimento de princípios teóricos, com fundamentação prática” (MELO, 1983, p. 197).

Com a convergência de objetivos entre os campos da Comunicação e da Educação, torna-se possível desconstruir o argumento lançado pelos críticos da nova inter-relação, a saber, que ambos “jamais poderiam integrar-se, sob a suspeita de estarem perdendo sua identidade e razão de ser” (GARCIA apud SOARES, 2000, p. 19). Finalmente, “a Educomunicação se apresenta com autonomia: tem filosofia própria, história e reconhecimento da sociedade” (RODRIGUES, 2009, p. 2).

Segundo Soares e Romanini (2008, p. A12), quando o neologismo – até hoje estranhado por quem acredita que “toda comunicação deveria, por si mesma, ser adjetivada como comunicativa” – começou a ser utilizado, há cerca de três décadas, era restrito ao sentido de identificar a educação para a comunicação, destinada a formar um senso crítico em relação à mídia. Atualmente, já se consolida como “educação pela comunicação”. Vale lembrar que esta, para Freire (1976), citado por Soares (2000), introduz o diálogo no processo educativo.

O surgimento de uma nova cultura, a partir de 1960, chamada pré-figurativa, em que, pela primeira vez na história, se reconheceu que os adultos também poderiam aprender com os jovens, foi decisivo para consolidar o surgimento da Educomunicação, pois, a partir desse momento, procuraram-se novos modelos pedagógicos em que “os adultos ensinam não o que os jovens devem aprender, mas como devem fazê-lo; e não como devem comprometer-se, mas qual é o valor do compromisso” (SOARES, 2000, p. 21).

Esse pensamento é fundamental para que o profissional da nova área, o educador, aceite

um novo referencial para a relação educador-educando: o aluno pode ensinar ao mestre (principalmente a manipulação das novas tecnologias), os alunos podem ensinar uns aos outros (principalmente confrontando seus pontos de vista ou suas fontes de informações ou suas soluções para o problema proposto, em diálogo direto, por correio eletrônico ou fórum mediado) (SOARES, 2009, p. 10).

De acordo com o autor, o reconhecimento público da profissão de educador aconteceu em nível nacional na conclusão do Fórum Mídia e Educação, organizado em São Paulo, em 1999, que constatou “a emergência da inter-relação Comunicação-Educação como um novo campo de intervenção social.” (SOARES, 2009, p. 10). Quase 25 anos depois, verifica-se que, apesar de todo o progresso, ainda há muito a avançar na disseminação da Educomunicação.

Tal reconhecimento ficou evidente na 1ª Conferência Nacional de Comunicação, que teve, entre as propostas aprovadas, inúmeras relacionadas à Educomunicação. Ainda que, conforme Soares (2009 p. 2), citando Peruzzo, as organizações não-governamentais tivessem um importante papel no processo da educação não-formal e “em decorrência da ação das organizações sociais, à margem da universidade e do sistema escolar formal, a união estratégica entre os campos da Comunicação e da Educação vem ensejando a emergência de um novo campo de intervenção social”, o crescimento da área e seu reconhecimento em outras áreas têm influenciado diversas ações de ensino, pesquisa e extensão.

Há de levar-se em consideração, neste contexto, o fato de que os cursos de Comunicação Social, pela sua tendência à prática, são essencialmente ligados à extensão e justificam a realização das ações como forma de atrair os discentes e prepará-los para uma formação interdisciplinar, estimulando a compreensão das ações de educação no campo das Ciências da Comunicação, além de contribuir para que amadureçam e prossigam, no futuro, com atividades relacionadas. Vale lembrar que os alunos de Jornalismo podem e devem desenvolver a afinidade com a área educacional, o que será indispensável para a sua consolidação como profissionais, uma vez que “a função do jornalista nas sociedades democráticas se assemelharia em alguns pontos com a do educador, responsável por impor certa claridade ao caos dos acontecimentos” (NEVEU, 2001 *apud* PEREIRA, 2004, p. 6).

Neste sentido, cabe ressaltar que levar a educação e o esclarecimento dos fatos por meio do Jornalismo também é uma forma de educar. Os discentes desse campo, por meio da Educomunicação, são capacitados a atuarem em várias interfaces entre a educação e a mídia, utilizando de maneira mais eficaz o potencial educativo dos meios de comunicação.

Encontros da Educação e Comunicação na formação em Jornalismo

Diante das relações apresentadas, é possível perceber a necessidade de estudar o posicionamento da formação em Comunicação/Jornalismo frente a esse modelo educ comunicativo e do papel desempenhado pela formação superior interdisciplinar nesse processo. Neste intuito, para o desenvolvimento deste estudo, são propostos um estudo teórico, uma pesquisa documental a partir do levantamento e comparação de dados e uma prévia análise dedutiva e comparativa destes, visando atingir o objetivo do trabalho, que consiste na verificação da existência ou não de adequações no ensino de Comunicação/Jornalismo nas instituições selecionadas, tendo em vista a Educomunicação e suas relações com o Jornalismo.

Com esse propósito, foi realizado um levantamento para obtenção de dados das Instituições de Ensino Superior (IES) brasileiras relacionadas no site do Ministério da Educação (MEC), das quais foram selecionadas 42 instituições públicas¹ (40 federais e duas estaduais, de

¹ A opção por, num primeiro momento, observar apenas instituições públicas deu-se devido à necessidade de delimitação, somado ao fato da quantidade de cursos de Jornalismo no país, se consideradas também todas as instituições particulares que oferecem o curso no Brasil. As instituições pesquisadas foram Univ. Fed. do Tocantins (UFT), Univ. Fed. do Pampa (Unipampa), Univ. Fed. de Rondônia (UNIR), Univ. Fed. de Ouro Preto (UFOP), Univ. Fed. de Sergipe (UFS), Univ. Fed. da Bahia (UFBA), Univ. Fed. da Paraíba (UEPB), Univ. Fed. de Alagoas (UFAL), Univ. Fed. de Campina Grande (UFCG), Univ. Fed. de Goiás (UFG), Univ. Fed. de Juiz de Fora (UFJF), Univ. Fed. de Mato Grosso (UFMT), Univ. Fed. de Mato Grosso do Sul (UFMS), Univ. Fed. de Minas Gerais (UFMG), Univ. Fed. de Pernambuco (UFPE), Univ. Fed. de Roraima (UFRR), Univ. Fed. de Santa Catarina (UFSC), Univ. Fed. de Santa Maria (UFSM), Univ. Fed. de São João Del Rey (UFSJ), Univ. Fed. de Uberlândia (UFU), Univ. Fed. de Viçosa (UFV), Univ. Fed. do Acre (UFAC), Univ. Fed. do Amapá (Unifap), Univ. Fed. do Amazonas (UFAM), Univ. Fed. do Ceará (UFC), Univ. Fed. do Espírito Santo (UFES), Univ. Fed. do Maranhão (UFMA), Univ. Fed. do Pará (UFPA), Univ. Fed. do Paraná (UFPR), Univ. Fed. do Piauí (UFPI), Univ. Fed. do Rio de Janeiro (UFRJ), Univ. Fed. do Rio Grande do Norte (UFRN), Univ. Federal do Recôncavo da Bahia (UFRB), Univ. Fed. do Rio Grande do Sul (UFRS), Univ. Fed. Fluminense (UFF), Univ. Fed. Rural do Rio de Janeiro (UFRRJ), Univ. Federal do Sul e Sudeste do Pará (Unifesspa), Univ. Federal do Sul da Bahia (UFSB), Univ. Federal do Cariri (UFCA), Univ. Federal de Pelotas (UFPEl), Univ. Federal do Rio

São Paulo) que oferecem cursos de Jornalismo. A pesquisa, cujos dados são agora apresentados, teve início em 2012, quando foram levantados dados sobre cursos no Chile e no Brasil. Posteriormente e da mesma maneira, em 2013, foi realizado levantamento em rede¹, acerca de cursos de Comunicação e Jornalismo nos demais países da América do Sul: Argentina, Bolívia, Colômbia, Equador, Guiana, Paraguai, Peru, Suriname, Uruguai, Venezuela. Por fim, em 2022, os dados foram atualizados² e comparados.

Logo após a seleção das instituições, foi realizada uma busca por meio da internet para obter o projeto pedagógico ou estrutura curricular dos cursos e, quando possível, também as ementas das disciplinas oferecidas, a fim de viabilizar a análise comparativa das matrizes curriculares dos cursos em busca de indícios de adequação do ensino visando à Educomunicação. A opção pela busca apenas por internet, embora acabe por excluir algumas instituições que não disponibilizam as informações na rede, levou em consideração a questão de acesso ao maior número de dados de todos os países envolvidos no universo da pesquisa.

Dentre as instituições brasileiras selecionadas, em 2013, apenas 25% (UFRR, UFAM, UNIR, UFAC, UFPI, UFES, UFPB, UFT e UFCG) não disponibilizavam Projeto Pedagógico de Curso (PPC) no site ou este não permitia acesso às ementas dos componentes curriculares. Na UFPA (3%), o PPC não permitiu identificar a oferta de disciplinas. Em 27% das instituições (UFU, UFOP, UFSJ, UFSC, UFRN, UFPE, UFAL, UFS, UFRGS e USP), a interface Comunicação e Educação, ou a Educomunicação, era contemplada em componente curricular específico, oferecido como disciplina obrigatória, optativa ou eletiva. Em 10% das instituições (UNIFAB, UFMT, UFC e UFV), não era oferecido componente curricular específico, contudo, o conteúdo é contemplado na ementa de outra disciplina ou na elaboração de produtos educacionais. Nas demais instituições, 35% do universo pesquisado (UFMA, UFMS, UFJF, UFRRJ, UFRJ, UFF, UFPR, UFG, UFBA, UFMG, UFSM, UNIPAMPA e UNESP), a estrutura curricular não previa interface entre Comunicação e Educação.

Em 2022, aumentou em seis o número de instituições brasileiras federais que oferecem curso de Jornalismo, quais sejam UFRB, Unifesspa, UFSB, UFCA, UFPel e UFRS. Todas as 43 instituições consultadas disponibilizam o PPC ou as matrizes curriculares, e as ementas não puderam ser acessadas em 14,2%. O percentual de cursos de Jornalismo que oferecem

Grande do Sul (UFRS), Univ. Est. Paulista – Júlio Mesquita Filho (Unesp), e Universidade de São Paulo (USP).

¹ Dados coletados no site das instituições de ensino de cada país disponibilizadas pelos portais: Alttillo.com (ALTILLO.COM, 2013), Universia (UNIVERSIA, 2013) e World Universities and Colleges (4 INTERNACIONAL COLLEGES & UNIVERSITIES, 2013).

²

componentes relacionados à interface entre Comunicação e Educação, obrigatórios ou optativos/eletivos, com variações nas denominações das disciplinas, chega a 50%¹ (UNIR, UFT, UFPB, UFG, UFMS, UFPE, UFSC, UFSJ, UFU, UFV, Unifap, UFC, UFMA, UFPR, UFPI, UFRJ, UFRN, UFRGS, UFRB, UFCA, UFPel), o que pode significar que a interface adquiriu relevância ao longo dos últimos dez anos. O número de instituições que não oferecem componente específico, mas que contemplam conteúdo relacionado à Educação em interface com a Comunicação em outras disciplinas, obrigatórias ou não, também aumentou, chegando a 23% (Unesp, UFAL, UFJF, UFMT, UFMG, UFAC, Unifap, UFMA, UFES, UFRN, Unifesspa). O percentual de cursos que não oferecem nem componente curricular específico, nem disciplina contemplando a interface na ementa caiu para 28,5%². A UFCG, que fez parte da amostra em 2013, atualmente, oferece curso de Comunicação Social, o qual inclui 13 disciplinas na interface de que trata este capítulo³. A USP, por sua vez, para além do curso de Jornalismo consultado, oferece curso específico de Educomunicação.

Quanto aos demais países da América do Sul, cujos dados estão compilados no Quadro 1 e discutidos na sequência, a relação entre Comunicação e Educação diverge sobremaneira entre eles.

Quadro 1 – Universidades e cursos por país e ocorrências terminológicas, 2012-2013/2022

País	Universidades		Oferecem curso na área de Comunicação ou Jornalismo		Ocorrência das palavras-chave pesquisadas
	2012-2013	2022	2012-2013	2022	
Argentina	47	47	29	31	Comunicación y Educación, Educomunicación, Enseñanza, Práctica Educativa
Bolívia	11	11	8	8	Comunicación y Educación

1

² A soma dos percentuais é maior que 100 porque alguns cursos ofertam tanto disciplinas específicas quanto outros componentes que embutem na ementa a relação com a educação.

³ Embora não tenha curso intitulado Jornalismo, decidimos manter a instituição na amostra de 2022, destacando a especificidade do conjunto de disciplinas na interface entre Comunicação e Educação. Os percentuais das demais instituições foram calculados considerando 42 instituições, exceptuando-se a UFCG.

Chile	–	34	36	26	Taller de Alfabetización Digital, Taller de Alfabetización Medial, Taller de Aprendizaje, Integración de Saberes, Ciencias Sociales y Educación
Colômbia	36	34	10	13	Comunicación, Educación Y Desarrollo, Proyecto Final en Comunicación, Educación y Desarrollo, Práctica Pedagógica Integral, TICS y Ambientes de Aprendizaje e Didáctica de las Ciencias Sociales, Comunicación para la educación
Equador	62	50	35	28	Comunicación educativa, Educomunicación, Pensamiento y modelos educativos, Fundamentos de Educomunicación
Guiana	1	3	0	2	Não permite visualizar o plano de ensino dos cursos e por isso não foi possível verificar as disciplinas ofertadas
Paraguai	12	34	9	17	Educación y Desarrollo Personal y Social; Educación, Ecología y Comunicación
Peru	26	26	15	15	Comunicación Educativa Taller de Producción Educativa, Proyecto para el desarrollo II(educación, democracia y ciudadanía), Producción de material educativo

					comunicacional, Programas de Comunicación para la Educación
Suriname	1	4	0	1	Nenhum plano de estudo menciona as palavras pesquisadas
Uruguai	6	14	10	4	Educación para los medios (Educativa y Comunitária); Introducción a la Comunicación Educativa y Comunitária (Ciclo inicial)
Venezuela	52	34	18	11	Nenhum plano de estudo menciona as palavras pesquisadas
TOTAL	254	291	170	156	

Fonte: As autoras.

Na Argentina, em 2013, foram levantadas 47 instituições, identificando-se que, 29¹ delas ofereciam curso de Comunicação, sendo que, em 21 delas, foram encontrados dados sobre as relações entre Comunicação e Educação. Em oito cursos, eram ofertadas mais de uma disciplina contemplando a relação observada. Alguns cursos chegavam a oferecer várias disciplinas voltadas para a interface estudada. Em 2022, das 47 instituições analisadas², foram identificadas 31 com cursos na área, sendo que sete oferecem mais de uma disciplina relacionada à interface analisada, com destaque para Pedagogia, Metodologia da Aprendizagem, Formação docente, Didática específica da comunicação, Comunicação e práticas educativas.

¹ Universidad de Buenos Aires (UBA), Universidad Nacional de Córdoba (UNC), Universidad Nacional de CUYO (UNCU), Universidad Nacional Entre Ríos (UNER), Universidad Nacional de la Patagonia Austral (UNPA), Universidad Nacional de la Plata (UNLP), Universidad Nacional de la Rioja (UNLaR), Universidad Nacional de Lomas de Zamora (UNLZ), Universidad Nacional de Quilmes (UNQ), Universidad Nacional de Rosario (UNR), Universidad Nacional de San Juan (UNSJ), Universidad Nacional de San Luis (UNSL), Universidad Nacional de Villa María (UNVM), Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires (UNICEN), Universidad Nacional del Comahue(UNCOMA).

² Nem todas as instituições identificadas no estudo de 2012-2013, foram elencadas no levantamento de 2022. Além das já mencionadas UBA, UNC, UNCU, UNER, UNPA, UNLSP, UNLaR, UNLZ UNQ, UNR, UNSJ, UNSL, UNVM, UNICEN, UNCOMA, também foram incluídas Universidad Nacional de Misiones (UNAM), Universidad Nacional de Jujuy (UNJU), Universidad Nacional de Catamarca (UNCA), Universidad Nacional de Avellaneda (UNDAV), Universidad Nacional de General Sarmiento (UNGS), Universidad Nacional de la Matanza (UNLaM), Universidad Nacional de Moreno (UNM), Universidad Nacional del Nordeste (UNNE), Universidad Nacional de la Patagônia San Juan Bosco (UNP), Universidad Nacional de La Pampa (UNLPam), Universidad Nacional de Río Cuarto (UNRC), Universidad Nacional de Río Negro (UNRN), Universidad Nacional de Salta (UNSA), Universidad Nacional de San Martín (UNSAM), Universidad Nacional de Santiago del Estero (UNSE) e Universidad Nacional de Tucumán (UNT).

Na Bolívia, 11 instituições foram acessadas e oito dessas ofereciam cursos na área da Comunicação, sendo que quatro contemplavam em sua estrutura curricular a relação Comunicação e Educação; outras três não permitiam a visualização da estrutura curricular. Em 2022, os resultados são semelhantes aos de 2013.

No Chile, das instituições levantadas em 2013, 36 ofereciam cursos na área de Comunicação, sendo dez universidades estatais e 26 privadas. O levantamento realizado acerca das instituições no Chile utilizou dados disponibilizados pelo Consejo Superior de Educación¹. Nesse levantamento, foi possível perceber que praticamente a totalidade dos cursos de Jornalismo (87%) não contemplava a interface Comunicação e Educação ou a temática da Educomunicação. Apenas 10% dos cursos (UDEC, UAI, UST) apresentavam componentes curriculares diretamente relacionados com tal interface e, em 3% dos cursos (UCHC), o conteúdo era trabalhado em outra disciplina. Em 2022, das 34 instituições pesquisadas, identificou-se que 26 oferecem cursos correlatos à Comunicação, com destaque para o curso de *Pedagogia em Língua Casteliana e Comunicação*. A diferença do número de cursos identificados neste último levantamento justifica-se pela fonte de pesquisa adotada como referência (UniRank University Ranking). Ainda assim, a exemplo do primeiro levantamento (2012), somente 14% dos cursos apresentam disciplinas relacionadas aos saberes e aprendizagem relacionados à Comunicação.

Na Colômbia, em 2013, 36 instituições foram acessadas e dez² ofereciam cursos na área da Comunicação, sendo que quatro delas envolviam componentes curriculares que contemplavam a interface Comunicação e Educação. Em 2022, de 34 universidades pesquisadas, 13 oferecem cursos relacionados à área da Comunicação e sete apresentam disciplinas relacionadas a Comunicação e Educação, com destaque para a Universidade de Cartagena que oferta os seguintes componentes curriculares: *Proyecto Final en Comunicación, Educación y Desarrollo, Práctica Pedagógica Integral, TICS y Ambientes de Aprendizaje e Didáctica de las Ciencias Sociales*.

¹ Cf. Consejo Superior de Educación (CHILE, 2012). Foram coletados dados junto as instituições: Universidad Católica del Norte (UCN), Pontificia Universidad Católica de Chile (UC), Universidad Diego Portales (UDP), Universidad Andrés Bello (UNAB), Universidad de Concepción (UDEC), Universidad Gabriela Mistral (UGM), Universidad Mayor (Umayor), Universidad UNIACC, Pontificia Universidad Católica de Valparaíso (UCV), Universidad de Playa Ancha (UPLA), Universidad Santiago de Chile (USACH), Universidad Vía del Mar (UVM), Universidad Del Mar (Udelmar), Universidad Del Pacífico (UPacífico), Universidad FinisTerra (UFT), Universidad Internacional SEK (UISEK), Universidad Pedro de Valdivia (UPV), Universidad San Sebastián (USS), Universidad Santo Tomás (UST), Universidad Academia de Humanismo Cristiano (UAHC), Universidad Adolfo Ibáñez (UAI), Universidad Alberto Hurtado (UAH), Universidad Austral de Chile (UACH), Universidad Bernardo O'Higgins (UBO), Universidad Católica de la Santísima Concepción (UCSC), Universidad Central de Chile (Ucentral), Universidad de Chile (UChile), Universidad de la Frontera (UFRO), Universidad del Desarrollo (UDD), Universidad de la Serena (USERENA), Universidad de las Américas (UDLA), Universidad de los Andes (UANDES).

² Politécnica da Colômbia Jaime Isaza Cadavid, Universidad de Antioquia, Universidad de Cartagena, Universidad del Cauca, Universidad Nacional Abierta y a Distancia, Universidad Surcolombiana, Universidad del Magdalena, Universidad Francisco de Paula Santander, Universidad de Pamplona, Universidad de Tolima.

No Equador, em 2013, levantaram-se dados de 62 instituições, sendo que 35¹ delas ofereciam cursos na área da Comunicação e apenas seis apresentavam componentes relacionados com a interface Comunicação e Educação, destacando-se que dois cursos oferecem especificamente a disciplina Educomunicação. Quase dez anos depois, das 50 universidades analisadas, 28 ofertam cursos correlatos à Comunicação, como Jornalismo, Marketing digital, Produção para meios de Comunicação, Marketing e Comunicação, entre outros. Deste universo, nove apresentam relação com a interface Comunicação e Educação, sendo que a maioria oferta a disciplina Educomunicação.

No Paraguai, foram analisadas as informações de 12 instituições, em 2013, e apenas três não ofereciam cursos em Comunicação/Jornalismo. Nas nove² restantes, eram oferecidos 15 cursos, sendo que apenas dois apresentavam relações entre Comunicação e Educação. Dos 15 cursos, dois não permitiam a visualização da estrutura curricular. Em 2022, quase que triplicou o número de instituições analisadas (34), sendo que a metade (17) oferece a disciplinas relacionadas à área de Comunicação. No entanto, ainda é baixo o número de instituições (2) que incluem alguma disciplina relacionada à Educação e Comunicação (*Educación y Desarrollo Personal y Social* e *Educación, Ecología y Comunicación*).

No Peru, no primeiro período analisado (2013), foram observadas 26 instituições, sendo que nove delas não oferecem cursos na área. Das 15 instituições³ que o fazem, 11 não permitem acesso à estrutura curricular. Apenas quatro cursos analisados apresentam a relação entre Comunicação e Educação, sendo que, em dois deles, o foco é exatamente a produção educacional. Em 2022, não houve alteração considerável no cenário investigado: de 26 universidades, 15 oferecem cursos de Comunicação Social ou Jornalismo e cinco planos de estudos incluem disciplinas na interface Comunicação e Educação.

¹ Universidad Técnica Particular de Loja, Universidad San Francisco de Quito, Pontificia Universidad catolica del Ecuador, Universidad Politécnica Salesiana, Universidad Tecnológica Equinoccial, Universidad del Azuay, Universidad Nacional de Loja, Escuela Politécnica del Ejército, Universidad Internacional del Ecuador, Universidad de Especialidades del Espíritu Santo, Universidad de Guayaquil, Universidad Técnica de Ambato, Universidad Estatal de Bolívar, Universidad Central del Ecuador, Universidad Internacional SEK, Universidad de las Américas, Universidad Casa Grande, Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Universidad Estatal de Milagro, Universidad Nacional de Chimborazo, Universidad Técnica de Cotopaxi, Universidad Estatal Península de Santa Elena, Universidad Técnica de Machala, Universidad Tecnológica Ecotec, Universidad Técnica Luis Vargas Torres, Universidad técnica de Babahoyo, Universidad Metropolitana, Universidad Tecnológica Israel, Universidad Iberoamericana del Ecuador, Universidad Particular San Gregorio de Portoviejo, Universidad de los Hemisferios, Universidad Interamericana del Ecuador.

² Universidad Autónoma de Asunción, Universidad Católica Nuestra Señora de la Asunción, Universidad Americana, Universidad Del Cono Sur de las Americas, Universidad Autónoma Del Paraguay, Universidad del Norte, Universidad Iberoamericana, Universidad Nacional de Asunción, Universidad Nacional de Villarica Del Espíritu Santo.

³ Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle, Universidad Nacional Federico Villareal, Universidad Nacional Del Santa, Universidad Nacional Santiago Antúnez de Mayolo, Universidad Nacional San Agustín, Universidad Nacional San Cristóbal de Huamanga, Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión, Universidad Nacional de San Antonio Abad Del Cusco, Universidad Nacional Del Centro Del Perú, Universidad Nacional Hermilio Valdizán, Universidad Nacional San Luis Gonzaga de Ica, Universidad Nacional de Trujillo, Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo, Universidad Nacional Del Altiplano, Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann,.

No Uruguai, seis instituições¹ foram observadas em 2013, tendo sido encontrados dez cursos na área, mas em apenas um deles a relação Comunicação e Educação foi observada. Já em 2022, o número de instituições analisadas praticamente duplicou (14) e o número de cursos se restringiu (4), sendo que a Universidad de la República é a única instituição que oferta componentes relacionados à interface Comunicação e Educação: *Educación para los medios (Educativa y Comunitária)* e *Introducción a la Comunicación Educativa y Comunitária (Ciclo inicial)*

Na Venezuela, com 53 instituições acessadas, 35 delas não ofertavam cursos na área em 2013. Das 18² IES que ofereciam, apenas uma possuía curso em que foi encontrada a relação entre Comunicação e Educação. No levantamento de 2022, diminuiu consideravelmente o número de instituições recuperadas (34) e, excluindo-se da análise aquelas cujas páginas eletrônicas encontram-se indisponíveis ou não contêm informações suficientes ao objetivo proposto, identificou-se que, das 11 instituições que oferecem o curso de Comunicação Social, sete disponibilizam o plano de estudos, mas nenhuma delas oferta disciplina na interface investigada.

Na pesquisa realizada em 2013, não foram identificadas instituições na Guiana que ofertassem o curso de Comunicação/Jornalismo. Embora em 2022, das três universidades, duas ofereçam o referido curso, não foi possível visualizar os respectivos planos de ensino. Resultado semelhante foi identificado no Suriname; em 2013, nenhuma instituição ofertava o curso de Comunicação, no entanto, das quatro universidades analisadas em 2022, apenas uma oferta o curso de Jornalismo e Comunicação, mas, no currículo disponibilizado, não consta menção a alguma disciplina relacionada a Educação e Comunicação.

A partir dos dados obtidos e de uma breve análise comparativa, é possível observar pontos relevantes para a discussão aqui proposta, como o fato de que várias instituições oferecem componente curricular que aborda especificamente a interface entre Comunicação e Educação, ou a temática da Educomunicação. Outras ofertam componentes curriculares que abordam a temática nas ementas ou desenvolvem produtos voltados para tal interface. Tal situação evidencia o fato de existir, em boa parte das instituições observadas, uma preocupação com a temática/interface Comunicação e Educação.

¹ Universidad Católica Del Uruguay, u de la República, Universidad ORT Uruguay, Universidad de Montevideo, Universidad de la Empresa, Centro Latinoamericano de Economía Humana.

² Universidad Central de Venezuela, Universidad Católica Andres Bello, Universidad Del Zulia, Universidad Dr. Rafael Belloso Chacín, Universidad Fermin Toro, Universidad Monteávil, Universidad Bolivariana de Venezuela, Universidad Católica Cecilio Acosta, Universidad Yacambú, Universidad Santa Maria, Universidad Nacional Experimental Del Yaracuy, Universidad Arturo Michelena, Universidad Católica Del Táchira, Universidad Bicentenario de Aragua, Universidad Católica Santa Rosa, Universidad Panamericano Del Puerto, Universidad Santa Inés.

Devido à quantidade de cursos no país¹, a situação brasileira é bastante diferenciada frente à de alguns países da América do Sul, em que vários cursos contemplam tal interface; no Brasil, ainda é necessário um estudo que considere os cursos oferecidos em instituições particulares e, também, pensar alternativas para obter os dados junto às instituições/cursos que não disponibilizam acesso ao projeto pedagógico e às ementas das disciplinas, fato que talvez possa alterar os resultados apresentados.

Reflexões acerca das carreiras/profissões Jornalismo e Educomunicação

Tendo em vista que os sistemas educacionais têm sido profundamente questionados por não buscarem fundamentos que possibilitem a formação adequada às novas competências dos profissionais da atualidade, na breve análise realizada, surgiram vários pontos que ainda merecem novos estudos, uma vez que, no Brasil, apenas as instituições públicas fizeram parte da amostra e, nos demais países, nem sempre o material obtido continha todas as informações necessárias para uma análise mais profunda. Apesar de a proposta do trabalho não ser oferecer um posicionamento conclusivo sobre os apontamentos apresentados no título, as informações levantadas no estudo merecem ser comentadas, pois a análise apresenta indícios do que pode ser alguma tendência na formação em Jornalismo, tendência essa que se evidencia na comparação entre os dados de 2013 e 2022.

Vale ressaltar que, conforme observado, em várias instituições, os cursos de Comunicação Social/Jornalismo estão atentos ao papel educativos das mídias e à importância do profissional neste contexto. Corrobora a reflexão o fato de que uma parcela significativa dos cursos oferecidos nas instituições públicas constantes da amostra possui a oferta de componente curricular que aborda a interface Comunicação e Educação, ou a temática Educomunicação, seja como disciplina obrigatória ou optativa. Em alguns projetos disponibilizados on-line, não existe tal componente curricular, contudo, a interface é contemplada em ementas de outras disciplinas ou no desenvolvimento de projetos que trabalhem tal interface.

Além da preocupação de alguns cursos com a interface Comunicação/Educação, de maneira geral, merecem atenção dados específicos que o estudo indicou, como o fato de já existirem duas instituições (USP e UEPB) que oferecem cursos específicos de Educomunicação, além de vários cursos criados no âmbito do REUNI/MEC² terem em sua proposta componente curricular obrigatório sobre a temática, além de possibilidades de cursos de pós-graduação

¹ Mais de 300 cursos de Comunicação no país.

² Programa de Apoio a Planos de Reestruturação e Expansão das Universidades Federais (REUNI), que tem como principal objetivo ampliar o acesso e a permanência na educação superior. Com o REUNI, o governo federal adotou uma série de medidas para retomar o crescimento do ensino superior público, criando condições para que as universidades federais promovam a expansão física, acadêmica e pedagógica da rede federal de educação superior. Os efeitos da iniciativa podem ser percebidos pelos expressivos números da expansão, iniciada em 2003 e com previsão de conclusão até 2012 (BRASIL, 2010).

interdisciplinares, como o Mestrado Profissional em Tecnologias, Comunicação e Educação da UFU e que tem como foco tais inter-relações.

Nos demais países da América do Sul, por sua vez, o estudo indicou uma ausência significativa de componentes que trabalhem a interface Comunicação e Educação ou Educomunicação e, aparentemente, os cursos possuem um foco também na publicidade, mesmo quando a graduação é em Jornalismo. Destaca-se, no estudo em questão, que apenas no Equador encontrou-se um curso de Comunicação social com ênfase em Educomunicação, Arte e Cultura.

Há de ressaltar-se, nas reflexões acerca dos resultados encontrados, que o levantamento considerou a estrutura curricular formal dos cursos, ou seja, a oferta de componentes curriculares em que fica evidente a interface, não sendo contempladas situações não previstas na estrutura curricular, como o currículo oculto, ou demais aspectos do ambiente educacional que, mesmo não estando presentes no currículo oficial, explícito, contribuem, de forma implícita para aprendizagens sociais relevantes. Não foram considerados, ainda, normas e valores abordados pelos docentes na interação com discentes, de forma contida em uma proposição, sem estarem expressos em termos precisos, fundamentalmente atitudes, comportamentos e orientações (SILVA, 1999).

Em resumo, as informações coletadas quanto à estrutura curricular dos cursos selecionados mostram um momento específico da formação em Comunicação/Jornalismo que pode indicar uma tendência, seja no Brasil, seja nos demais países da América do Sul. No entanto, a intenção é que tais informações possam vir a ser aprofundadas com outras técnicas de análise e mais subsídios informacionais advindos de parcerias nas instituições e que viabilizem, por exemplo, entrevistas amostrais junto ao corpo docente e discente das instituições analisadas.

Considerações finais

Não há como não perceber o que grande parte dos estudiosos defende: vivemos grandes transformações nas mais diversas áreas e a comunicação ocupa papel de destaque, e, portanto, a formação nessa área deve estar em sintonia com as mudanças que a sociedade tem experimentado.

As transformações citadas anteriormente são de origem econômica, política e social e desembocam nessa nova sociedade, na qual os meios de comunicação também têm sofrido alterações em suas estruturas e funções para se adaptarem a um modelo de desenvolvimento que deve considerar o papel educativo da comunicação. Deste modo, é importante que os

educadores estejam atentos a essas transformações nos meios e às formatações que possivelmente serão impostas à sociedade de maneira geral, às profissões, aos profissionais e à formação em Comunicação, para que o profissional egresso dos cursos possa atender as demandas advindas desse modelo de sociedade que se desenha.

Apesar de o assunto ser relativamente novo, é necessário aprofundar discussões que reflitam acerca da problemática e necessidade de adaptação da formação em Jornalismo e do perfil do educador nesse processo, uma vez que, certamente, possui educação, experiência profissional, linguagens e conhecimentos adquiridos muito distintos dos de seus atuais alunos, crescidos e educados em meio à comunicação disponibilizada pelos novos meios, entre eles, a internet. Assim, é necessário viabilizar uma convivência saudável e enriquecedora entre os participantes dos processos de aprendizagem, principalmente, pelo fato de, no atual modelo de sociedade, o conhecimento ocupar posição privilegiada.

Na tentativa de encerrar o trabalho, cabe enfatizar que o que se pretende é alertar aos comunicólogos, em particular aos que trabalham diretamente com formação em Comunicação, que tal atividade, enquanto profissão, deverá repensar e discutir sua postura a fim de que a heterogeneidade e o dialogismo dos discursos dos meios de comunicação que lidam com a comunicação não inviabilizem o processo educacional formal ou não-formal.

Uma alternativa no sentido de equacionar os inconvenientes citados talvez seja iniciar o quanto antes reflexões que definam com clareza: o que os educadores esperam das relações da Comunicação e Educação na sociedade contemporânea¹; para quem e que tipo de conhecimento transcende nesta sociedade; e, qual o melhor caminho para essa transição, tão discutida, mas ainda desconhecida por alunos, educadores e sociedade em geral.

REFERÊNCIAS

4 INTERNACIONAL COLLEGES & UNIVERSITIES. World Universities and Colleges. **Universities in Latin America**. Disponível em: <http://www.altillo.com/pt/universidades/index.asp>. Acesso em: 10 maio 2013.

BRASIL. Ministério da Educação. **O que é o REUNI**. 25 mar. 2010. Disponível em: http://reuni.mec.gov.br/index.php?option=com_content&view=article&id=25&Itemid=28. Acesso em: 10 maio 2013.

CHILE. Consejo Nacional de Educación. Disponível em: http://www.cned.cl/public/Secciones/SeccionEducacionSuperior/instituciones_educacion_superior.aspx. Acesso em: 13 abr. 2012.

¹ Destaquem-se termos como Educação Transmídia, não é contemplada neste trabalho, mas que tem sinalizado certa expansão dessas relações.

CRESPO, Regina Aída. Cultura e ideologia. In: TOMAZI, Nelson Dacio (Coord.). **Iniciação à sociologia**. São Paulo: Atual, 2000. p. 173-220.

IBGE. **Estatísticas**. Disponível em:

<http://www.ibge.com.br/home/presidencia/noticias/29092007estatisticasecxs.htm>. Acesso em: 5 jun. 2013.

MELO, José Marques de. Da comunicação popular à popularização da ciência. **Comunicação & Sociedade**, São Paulo, ano 5, n. 9, p. 197, jun. 1983.

PEREIRA, Fábio Henrique. **Da responsabilidade social ao jornalismo de mercado**: o jornalismo como profissão. 2004. Disponível em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/pereira-fabio-responsabilidade-jornalista.pdf>. Acesso em: 20 jun. 2013.

RODRIGUES, Gabriela F. **É educomunicação?** A descoberta do termo e de elementos educacionais. 2009. Disponível em:

<http://www.usp.br/nce/aeducunicacao/saibamais/textos/>. Acesso em: 10 jun. 2013.

SILVA, Tomaz Tadeu da. Quem escondeu o currículo oculto. In: SILVA, Tomaz Tadeu da. **Documento de identidade**: uma introdução às teorias do currículo. Belo Horizonte: Autêntica, 1999. p. 77-152.

SOARES, Ismar de Oliveira. Educomunicação: um campo de mediações. **Comunicação & Sociedade**, São Paulo, n. 23, p. 12-24, set./dez. 2000.

SOARES, Ismar de Oliveira. **Uma educomunicação para a cidadania**. [2000]. Disponível em: <http://www.usp.br/nce/wcp/arq/textos/6.pdf>. Acesso em: 20 jun. 2013.

SOARES, Ismar de Oliveira; ROMANINI, Vinícius. A educomunicação na luta pelo meio ambiente. **O Estado de São Paulo**, São Paulo, 28 out. 2008. Vida, p. A12.

TABOSA, Socorro. **Educomunicação**: um novo campo. 2009. Disponível em

http://www.educomunicacion.org/files/EDUCOM_pt.pdf. Acesso em: 10 jun. 2012.

UNIVERSIA. **Universidades**. Disponível em: <http://universidades.universia.com.br/>. Acesso em: 10 jun. 2013.

Os “Memes” e o Agendamento Coletivo dos Produtos Midiáticos na Pós-Modernidade¹

Deborah Susane Sampaio Sousa LIMA²
Instituto Federal do Ceará (IFCE)

Resumo

O trabalho tem o objetivo de retratar como se dá a construção dos noticiosos na atualidade com a crescente participação dos usuários das mídias sociais e a forte propagação dos “memes” de *internet*, demonstrando o interesse da mídia por tornar a pauta pública desenvolvida nesses espaços parte de sua linha de cobertura. Para tanto, a pesquisa faz um levantamento da discussão acerca da pós-modernidade, retratando como se configuram os processos culturais participativos de construção dos produtos midiáticos. Apreende, ainda, a discussão sobre definição de cultura e levanta um posicionamento crítico sobre a ideia de “massas”. Por fim, para compreender a proposta do agendamento mútuo no momento pós-moderno, são levantadas discussões acerca do “fazer notícia” pelos indivíduos alheios às indústrias de mídia.

Palavras-chave: pós-modernidade; comunicação de massa; cultura coletiva; agendamento midiático; memes.

Introdução

Compreender os movimentos que englobam a sociabilidade entre os sujeitos e os desdobramentos de seus fenômenos mais atuais, em especial aqueles decorrentes dos usos das redes sociais digitais, tem sido busca bastante recorrente em pesquisas que envolvem as ciências da Comunicação na América Latina, nos últimos anos, com destaque para o Brasil. Estudar tais processos contemporâneos resultantes das interações sociais tem, portanto, o propósito de conhecer as práticas comunicacionais e suas implicações decorrentes dos usos dos mecanismos tecnológicos utilizados nessas movimentações *online*, a fim de elucidar questões de interesse acadêmico, bem como de fomentar e subsidiar as pesquisas da área.

Desse modo, as movimentações analisadas neste trabalho, publicado originalmente em 2014, trazem contribuições para a compreensão de fatores que envolvem as contribuições dos sujeitos na produção midiática das notícias, fazendo um resgate dos conceitos da teoria da Agenda *Setting*, os quais são aqui analisados à luz da existência de um agendamento mútuo, colaborativo ou coletivo. Os estudos aqui levantados ligam-se diretamente aos fatos relevantes

¹ Trabalho apresentado originalmente no GP Mídia, Cultura e Tecnologias Digitais na América Latina, do XIV Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, da Intercom, e publicado na Revista Temática, da UFPB, ambos no ano de 2014.

² Doutora e mestra em Comunicação e Linguagens (UTP). Especialista em Assessoria de Comunicação (Unifor). Graduada em Comunicação Social-Jornalismo (Unifor) e em Direito (Unifor). Membro do grupo de pesquisa Interações Comunicacionais, Imagens e Culturas Digitais (Incom, PPGCom-UTP). É servidora do Instituto Federal do Ceará (IFCE), cargo de jornalista, onde atua também como titular da Comissão Relatora do Comitê de Ética em Pesquisa (CEP/IFCE). Pós-graduanda em Práticas Assertivas em Didática e Gestão da Educação Profissional Integrada à Educação de Jovens e Adultos (IFRN). Desenvolve pesquisas com ênfase nos usos de mídias sociais digitais, nos efeitos virais em rede, na construção de fenômenos na web, nos movimentos de não-consenso *on-line*, em cultura de redes de convergência e de conexão, bem como em jornalismo e noticiabilidade na contemporaneidade.

da cultura e da sociedade, retratando a importância acadêmica de se promover discussões a respeito das implicações contemporâneas das mobilizações sociais, atravessando os entendimentos mais tradicionais sobre o poderio midiático e sua influência na sociedade.

Partindo desse pressuposto, tem-se que a comunicação faz parte da trajetória do homem desde os primórdios, tendo se aperfeiçoado com o tempo em função da complexidade das relações humanas, dando ensejo aos mais diversos tipos de veiculação de informações, quais sejam oral, gestual e escrita. Da evolução recente dos meios de comunicação e transmissão de dados, adveio a *internet* que viabilizou possibilidades de interação por meio das redes sociais, onde indivíduos se manifestam de forma célere e, em geral, livre. Assim, a ideia de um ente produtor de informações – a partir de um organismo especializado como os meios de comunicação tradicionais – e o conceito da existência de um fluxo de informações unilateralizado devem ser reanalisados à luz das mídias digitais.

No contexto das mudanças culturais, é preciso entender como as práticas comunicacionais passam a ser exercidas pelos usuários dos novos meios informacionais, levando em consideração o momento pós-moderno. Nele, os processos de formação dos produtos têm se deparado com uma construção coletiva alicerçada na concepção de um comportamento participativo. Esse sentido dá à constituição dos produtos midiáticos a inserção de novas práticas, conseqüentemente, formando novos processos culturais, não se falando mais em termos de “massa” – fortemente empregados na definição das audiências inertes e passivas diante das proposituras dos veículos de comunicação. Mas, agora sugerindo uma cultura ampla.

Desse modo, é importante verificar “quem informa quem” na recente plataforma de comunicação midiática, sedimentada pelos novos meios surgidos da evolução da *internet* e fortalecidos pelas mídias sociais. É diante disso que o trabalho perpassa pela análise do entendimento acerca da cultura pós-moderna, dentro das definições a respeito dos processos de produção coletivos enraizados nesse comportamento. Ainda procura elucidar a mobilização realizada nas redes sociais, a partir dos “memes” de *internet*, a qual gera pautas para os noticiosos, em um verdadeiro agendamento mútuo, em que a mídia tradicional se alimenta das manifestações populares.

Existe, portanto, uma cultura convergente de processos e meios comunicacionais. Nesse espaço, diz-se que há um ambiente da propagação de ideias e da liberdade de expressão extrema, não engessado aos moldes tradicionais dos fluxos de informação propostos pelos *mass media*, segundo os quais era a minoria que determinava o direcionamento e o modo daquilo que se pretendia propagar. A coletividade, portanto, passa a ter importância na

formação das notícias, ao tempo em que contribui com elas por meio das manifestações despendidas diuturnamente nas redes sociais.

Cultura Pós-Moderna e Processos Coletivos

A cultura pode ser entendida como uma teia de arcabouços simbólicos que se reconfiguram na duração, admitindo novas práticas e, conseqüentemente, formando novos processos culturais. No significado primário, o termo provém da ideia de cultivo ou de cuidado com algo, quais sejam produtos agrícolas ou pecuários. Nessa linha, Thompson (1995, p. 167) esclarece que “este sentido original foi estendido da esfera agrícola para o processo de desenvolvimento humano, do cultivo de grãos para o cultivo da mente”. Assim, do ponto de vista humano, sua definição evoluiu para o entendimento de que se trata, em geral, do desenvolvimento dos costumes, das crenças e das práticas de uma sociedade.

O conceito de “cultura”, quando considerado no contexto amplo do desenvolvimento histórico, exerce uma forte pressão contra os termos limitados de todos os outros conceitos. Essa é sempre sua vantagem; é sempre também uma fonte de dificuldade, tanto na definição como na compreensão. Até o século XVIII ele ainda era um processo objetivo: a cultura de alguma coisa – colheitas, animais, mentes. As modificações decisivas em “sociedade” e “economia” começaram antes, em fins do século XVI e no século XVII, e grande parte de sua evolução essencial completou-se antes que “cultura” viesse a incluir seus significados novos e alusivos. (WILLIAMS, 1979, p. 19)

Sobre a definição precisa de cultura exerce uma força motriz no que tange à compreensão do contexto histórico dos fenômenos sociais. Williams apreende que seu significado é complexo, pelo fato de não ter como isolá-la para uma discriminação objetiva. Diante disso, o autor expõe que “para compreender as culturas é preciso levar em conta o modo de viver, globalmente considerado” (WILLIAMS, 1969, p. 290). Do exposto, fica claro que existe um grau de dificuldade na abordagem acerca da definição do termo, tendo em vista que sua conceituação não é exata, mas vigora o entendimento de que seus significados amplos decorrem da própria evolução da economia e da sociedade, com isso, também das práticas sociais que formam a civilização.

Isso leva a acreditar que, no contexto atual, a evolução da sociedade deve ser analisada a partir das práticas dos indivíduos (ressalte-se “indivíduos” no plural), ou seja, de forma ampla, tendo em vista que hoje predomina uma cultura múltipla, isto é, não existe uma só cultura, mas uma ligação entre todas elas, à medida que se mesclam para formar novas práticas. O advento da pós-modernidade leva à necessidade de compreender o que é esse movimento e sua

influência dentro do que chamo de “mega-cultura” vigente, na qual a participação é coletiva na formação dos processos produtivos.

Sendo assim, falar em agendamento na cultura pós-moderna – proposta desse artigo – aduz à compreensão daquilo que se pode definir exatamente como pós-modernidade. Apesar das oscilações acerca da abrangência do termo, existe uma tendência por determiná-lo como um movimento pós-revolução industrial. Polan (1993) apregoa que a tendência pós-modernista caracterizadora da cultura atual representa um rompimento com a ideia modernista anterior, em que prevalecia a exaltação ao que chama de otimismo sobre a tecnologia.

Na pós-modernidade, portanto, passou-se a emergir um “desinteresse por toda sorte de expressividade – um espetáculo de superficialismo que não visa a nenhuma celebração de mitos, a nenhum sentido superior” (POLAN, 1993, p. 65). Segundo o autor, o que vem a existir é um novo fascínio pela confusão, pois esse momento representa a “recodificação de formas anteriores para uma proliferação de formas novas” (1993, p. 69). Isso significa, na verdade, as múltiplas possibilidades de geração de fenômenos e discursos, ainda que não sejam inéditos, mas que estejam no âmbito das reformulações constantes das criações que já foram postas.

Nesse sentido, Jameson (1993, p. 27) defende que pós-modernismo “não é apenas mais um termo para descrever um estilo específico”, mas refere-se ainda à aparição de aspectos novos da cultura, do tipo de vida e da nova ordem econômica. Para o autor, esse novo momento social toma o lugar do modernismo clássico, quando o “eu”, o individualismo e o estilo próprio eram essenciais para configurá-lo. No período pós-modernista, “estão todos explorando a ideia de que esse tipo de individualismo e identidade pessoal é coisa do passado; de que o antigo sujeito individual ou individualista está ‘morto’” (JAMESON, 1993, p. 30).

Para uma melhor compreensão desse efeito da confusão e da coletividade de tendências nesse momento cultural, Polan (1993, p. 68) reforça que o pós-modernismo oferece “todas as possibilidades de um aparelho gerador, de uma máquina de redação, um instrumento mecânico que estimula uma recodificação de formas anteriores e uma proliferação de formas novas”. Sendo assim, o que vem a ocorrer a partir de então é a emergência de espaços amplificados, onde a participação é do todo, do coletivo no desenvolvimento dos processos.

Como ressalta Rosnay (2003), o rompimento das tendências culturais meramente capitalistas – com a prevalência da centralização dos meios de produção, da distribuição em massa e da hierarquia na distribuição de tarefas – dá lugar aos formatos coletivos na produção. Fala-se então em um capitalismo tardio, fazendo menção à sociedade da informação, em que o consumo cria um presente constante, uma vez que o passado é produzido cada vez mais rápido.

É nesse contexto que o autor assegura que a sociedade hoje é uma rede de informações e não mais a estrutura antiga fruto do capitalismo original:

A sociedade nascente organiza-se antes em redes do que em pirâmides de poder; em células independentes mais do que em engrenagens hierárquicas; mais num “ecossistema informacional” do que em fileiras industriais lineares. (ROSNAY, 2003, p. 205-206)

Desse modo, a antiga ideia de um “dono”, de um ser criador dos feitos produtivos, deu lugar ao conceito da criação a partir da recombinação de produtos por vários autores, o que pode ser entendido como um momento de formação coletiva dos produtos. Contribui com essa percepção a justificativa de Lemos (2006, p. 53) sobre a existência de uma cultura de remixagem no pós-modernismo, qual seja a criação do “novo” a partir de elementos pré-existentes, o que consequentemente reforça o conceito do produto grupal, o qual comunga vários estilos e tendências. Diante disso tudo, o isolamento cultural, de forma geral, torna-se inviável, já que todos os elementos se comunicam para o surgimento do novo mencionado.

As noções de autor e de propriedade intelectual surgem com o capitalismo e a imprensa a partir do século XVIII. Até então, culturas primitivas orais, assim como a sociedade medieval, não possuíam uma ideia de autor nem de propriedade de bens simbólicos. A modernidade industrial vai trazer essa ideia romântica de um autor iluminado e dono de sua criação. Ela será usada para controlar a circulação de bem (sic) tangíveis e intangíveis, onde o autor cede o seu direito aos editores em troca de pagamento de *royalties*. Esse sistema esteve mais ou menos estável até o surgimento do pós-modernismo (meados do século XX) onde o artista passa a buscar a quebra de fronteiras e usar trabalhos de outros artistas em processos de recombinação. A arte entra em crise e junto com ela a noção de obra, autor, autoria, propriedade.

Na crise da criação pós-moderna (“a arte morreu!”) só é possível apropriações sob o signo da recriação. Não há mais autor, original e obra, apenas processos abertos, coletivos e livres. (LEMO, 2006, p. 53, grifo original)

Sendo assim, verifica-se que as “novas culturas” surgem conjuntamente com as mudanças sociais, fazendo com que a coletividade restabeleça aquilo que já foi criado para o mundo. Como apresentado por Lemos, esse processo de recombinação é a tendência cultural, em que não existe nada totalmente original. Apesar do autor afirmar que a “a arte morreu!”, na verdade ela é visualizada de um novo prisma, o prisma da recriação. Dentro de todo esse contexto é que as novas mídias, com a inserção da *internet* nos processos comunicacionais, têm viabilizado uma maior conexão entre os sujeitos e, portanto, uma recriação coletiva e constante dos feitos.

Influência Participativa na Produção Midiática

Sobre o aspecto recombinante da cultura atual é que se percebe a fugacidade dos fenômenos produtivos. Como justifica Jameson (1993), existe um desaparecimento do sentimento de história no pós-modernismo, uma vez que se foi perdendo a capacidade de reter

o passado. Esse fundamento é demonstrado pelo autor quando cita que vários eventos do passado recente não são mais lembrados pela própria mídia, ajudando-nos a esquecê-los em função de outros fatos midiáticos da “atualidade” levados a efeito.

O autor exemplifica as histórias de Kennedy e Nixon, ex-presidentes estadunidenses, que são “figuras de um passado agora distante” (1993, p. 43). E é nesse sentido que Jameson menciona a função informacional da mídia e sua contribuição nesse processo, no que ela passa a “nos ajudar a esquecer, a funcionar como os próprios agentes e mecanismos de nossa amnésia histórica, sendo este um aspecto do pós-modernismo”.

O pesquisador Bauman (2004), da série sobre o líquido mundo moderno, bem ressalta que existe uma fragilidade dos vínculos humanos, imperando uma sensação de insegurança inspirada por ela, ao citar o caso da fantasiosa comunidade de Leônia (mas não tão irreal), onde as pessoas com muita facilidade vestem novas roupas, obtém eletrodomésticos dos mais recentes e ouvem os mais hodiernos *jingles* com muita facilidade. Isso gerando um descarte incessante de produtos recém- adquiridos, em um consumismo exacerbado, ressaltando o autor que o “que caracteriza o consumismo não é *acumular* bens (quem o faz deve também estar preparado para suportar malas pesadas e casas atulhadas), mas *usá-los* e *descartá-los* em seguida a fim de abrir espaço para outros bens e usos” (BAUMAN, 2004, p. 67, grifos originais).

Da narrativa, é possível considerar que a participação coletiva mencionada nesse artigo gera uma ansiedade por se fazer e consumir novos produtos incansavelmente, a fim de integrar-se às “redes”, como aduz Bauman, e não de pertencer a relacionamentos direcionados e duradouros. Isso reforça que as pessoas “em vez de relatar suas experiências e expectativas utilizando termos como ‘relacionar-se’ e ‘relacionamentos’”, preferem falar em conexões, ou conectar-se, ou ser conectado (BAUMAN, 2004, p. 12), fazendo com que o importante seja estar inserido no “todo” e não em um único espaço.

Castells (1999, p. 38) corrobora com o pensamento acerca dessas conexões quando cita que as “novas tecnologias da informação estão integrando o mundo em redes globais de instrumentalidade”. Ele acrescenta que os padrões individualistas e de autossuficiência têm sido revistos e muitos ideais de identidade e de conexão com os grupos têm vindo à tona a partir do surgimento de um novo sistema global. Essa busca pelas afinidades coletivas faz com que haja consequentemente uma participação ampla na construção dos acontecimentos.

Pode-se verificar que existe uma competição contra o tempo, em que pese os fatos sendo ultrapassados com bastante celeridade, à medida que mais sujeitos participam das formações das coisas. Sobre isso, Bauman expõe que nessa cultura consumista, a qual “favorece o produto pronto para uso imediato, o prazer passageiro, a satisfação instantânea”, passa-se a agir com

impulso, sem necessidade de uma promessa de compromisso com algo ou alguém. Os efeitos dessa premissa são percebidos também no consumo e na formação dos produtos midiáticos, que passam a ter forte influência do público na construção de seus objetos.

Sob esse aspecto, veja o que diz Jenkins acerca do momento social presente, o qual intitula de cultura da convergência – em que as mídias atuais e as do passado convivem no espaço, sem que esta venha a substituir aquela: “Bem-vindo à cultura da convergência (...) onde a mídia corporativa e a mídia alternativa se cruzam, onde o poder do produtor de mídia e o poder do consumidor interagem de maneiras imprevisíveis” (JENKINS, 2009, p. 29). Com isso, ele fortalece que os produtos da mídia não veem mais no consumidor um ser amorfo. Pelo contrário, ele passa a ser participativo e a contribuir com a organização midiática em um processo coletivo e mútuo, criando um aspecto novo da cultura, qual seja aquilo que intitula de “cultura participativa”.

A expressão *cultura participativa* contrasta com noções mais antigas sobre a passividade dos espectadores dos meios de comunicação. Em vez de falar de produtores e consumidores de mídia como ocupantes de papéis separados, podemos agora considerá-los como participantes interagindo de acordo com um novo conjunto de regras, que nenhum de nós entende por completo. (JENKINS, 2009, p. 30, grifo original)

No que tange às múltiplas contribuições para as formações midiáticas, resta perceptível que a convergência abordada pelo autor levanta um interesse da mídia pela pauta pública. A participação dos sujeitos nas suas demandas se dá à medida que são tantas informações e “burburinhos” dos consumidores diuturnamente, que vão além daquilo que é lançado pelos meios de difusão de informação convencionais. Jenkins identifica também a existência de um poder dos consumidores sobre a mídia, chamando-o de “inteligência coletiva”.

O consumo tornou-se um processo coletivo – e é isso que esse livro entende por inteligência coletiva, expressão cunhada pelo ciberteórico francês Pierre Lévy. Nenhum de nós pode saber tudo; cada um de nós sabe alguma coisa; e podemos juntar as peças, se associarmos nossos recursos e unirmos nossas habilidades. A inteligência coletiva pode ser vista como uma fonte alternativa de poder midiático. (JENKINS, 2009, p. 30)

É esse agir de maneira convergente que faz com que a cultura seja ressignificada, passando a influenciar toda a cadeia comunicacional, quer seja a partir do olhar midiático sobre o público, quer seja sobre os conteúdos disseminados, quer seja pela produção dos feitos pelos antigos “consumidores”. Sobre essa ideia da participação dos “expectadores”, Thompson destaca que existe um engano na hipótese tradicional da “comunicação de massa” com as mudanças culturais recentes:

Devemos abandonar a ideia de que os destinatários dos produtos da mídia são expectadores passivos cujos sentidos foram permanentemente embotados pela contínua recepção de mensagens similares. Devemos também descartar a suposição de que a recepção em si mesma seja um processo sem problemas, acrítico, e que os produtos são absorvidos pelos indivíduos como uma esponja absorve água. (THOMPSON, 2014, p. 51)

Mesmo supondo a eventualidade da ocorrência de comunicação de massa, Thompson considera que os receptores intervêm, de alguma maneira, no processo comunicativo, podendo contribuir com a formação dos conteúdos. Afirma que eles “podem, por exemplo, escrever cartas ao editor, telefonar para as companhias de televisão e expressar seus pontos de vista, ou simplesmente recusar a compra ou a recepção de um determinado produto” (THOMPSON, 2014, p. 52), fazendo, assim, com que esse sistema seja assimétrico e não um sentido direcionado.

O autor pondera ainda que, diante das atuais formas de transmissão de informação, em especial com a comunicação realizada em rede, é cada vez mais inapropriado falar em comunicação de massa. Como já preconizava Williams (1979, p. 309) sobre essa discussão, pode-se dizer que “em verdade não há massas, há apenas maneiras de ver os outros, como massa”. Isso porque, segundo ele, não há como considerar dessa maneira aqueles mais próximos, mais chegados. O termo é dito como “populacho”, já que foi cunhado essencialmente a partir do crescimento da classe trabalhadora – indicando a ideia de multidão –, mas acabou se enraizando como grupo de gostos e hábitos medíocres. Sendo assim, “massas são sempre os outros” assim como para “os outros, nós também somos massas” (WILLIAMS, 1979, p. 309).

Tudo isso leva a crer que a formação dos processos comunicacionais atual é adstrita à participação coletiva. O conceito de “massa” como grupo homogêneo, inerte e amorfo dá lugar ao entendimento de um crescente ajuntamento dos mais variados gêneros de fabricantes desses processos, tendo sua participação mais abrangente e menos controlada pelos corpos de mídia. Como apresenta ainda Jenkins (2009, p. 189), na “cultura da convergência, todos são participantes – embora os participantes possam ter diferentes graus de status e influência”.

Assim, os objetos midiáticos passam a trazer os efeitos da participação ampliada desses novos atores da formação cultural na pós-modernidade. Exemplo disso são as extensões dos espaços reservados nas pautas noticiosas acerca dos movimentos populares, em especial, a partir das manifestações realizadas em rede por meio das mídias sociais. Com isso, as estratégias da mídia tradicional cada vez mais permitem aos “consumidores” a interação e a participação nos processos produtivos para dialogarem com a nova forma de identidade cultural coletiva.

Fenômenos “Memes” como Parte do Agendamento Mútuo

No cenário em que abordar “comunicação de massa” não define os processos culturais da comunicação participativa, em especial na pós-modernidade, é que surgem figuras de manifestações populares identificadas como “memes”, os quais são recorrentemente replicados pela mídia. Esses objetos eclodem na *internet*, sendo potencialmente propagados pelos usuários (multiplicando-os intensamente por meio das redes sociais), passando a tomar efeitos “virais”, que chegam a impactar inclusive a construção dos noticiosos. Diante da aparição dos fenômenos em tela, insurge a possibilidade do “fazer mídia” por qualquer indivíduo a partir do acesso às redes de informação, ainda que seja alguém sem qualquer vínculo com as empresas de comunicação.

Entretanto, não há como abster a existência de restrições no acesso às redes, relacionadas principalmente a duas condições: a falta de domínio da técnica dos novos meios de comunicação e a disparidade econômica que inviabiliza a aquisição dos equipamentos para seu usufruto por parte da população. Portanto, a menção sobre “qualquer indivíduo” levantada anteriormente relaciona-se à possibilidade de acesso – ou seja, à viabilidade diante dos recursos disponíveis – que torna essa inserção praticável. Como Dizard Jr. (2000, p. 27) bem elucida, “usar a Internet continua sendo desanimador para muitas pessoas”, diante dessas implicações. Contudo, já existem progressos na facilitação do seu uso – os quais vêm tornando o sistema de distribuição de informação mais exequível – e também incentivos governamentais por meio de diversos programas de inclusão digital.

Ressaltadas essas condições, há que se considerar a existência de uma “cultura de mídias”, como apregoa Santaella (1996), acentuando que a proposta da cultura de comunicação de massa – sobre a qual haveria um meio de produção detentor de poder político sobre uma minoria desprestigiada – destoaria da prática vigente, já que se percebe o surgimento das novas mídias, as quais evidenciam uma forma de comunicação com fluxos mais interativos e bidirecionados de transferência de dados. Dá-se a compreender que a própria mídia tradicional tem se curvado à participação popular, anteriormente desprivilegiada, para a construção dos feitos noticiosos.

Dessa forma, a proposta clássica acerca do agendamento – em que haveria uma força da mídia tradicional sobre as agendas públicas, tanto nas discussões políticas, quanto sociais e culturais – não vem a explicar de maneira apropriada os acontecimentos experimentados. Essa doutrina, fundamentalmente, tratava de analisar os impactos da influência da mídia sobre as pautas públicas, tendo sido fundada por Maxwell McCombs, Don Shaw e David Weaver.

Ocorre que a base da Teoria da Agenda, ou Agenda *Setting*, está ligada aos estudos sobre os veículos de comunicação de massa. Desse modo, dadas as discussões levantadas, que colocam em cheque a noção de “massa” a despeito principalmente do formato dos meios de comunicação novos, torna-se imprescindível reconfigurar a teoria para encaixar a ideia das produções midiáticas recentes, as quais envolvem a proposta do agendamento mútuo.

De acordo com McCombs (2009), a teoria se alicerça na proposição de que são os meios de comunicação que estabelecem a agenda pública, não necessariamente apontando como pensar, mas sobre o que pensar. Entretanto, a modernização dos veículos de comunicação tem conduzido a não diferenciação entre autores e consumidores da produção das mídias, desmistificando a “unilateralidade” apregoada na relação dos veículos de “massa”. Existe, portanto, uma comunicação multilateralizada, entrelaçando os dados dos emissores e dos receptores. Isso faz com que não necessariamente a pauta pública na atualidade seja eminentemente conduzida pelo agendamento da mídia.

McCombs (2009) observa ainda que, dentro do contexto da propagação cultural da humanidade, estão diversas agendas culturais, como as de entidades educacionais e religiosas, que permitem uma formação histórica através da memória coletiva, sendo essa uma das grandes importâncias do agendamento de forma geral. O autor analisa diversas fases do agendamento, propondo novas versões a esse campo teórico, o que leva à possibilidade de se aprofundar no tratamento do agendamento dos públicos, proposto por este artigo.

Ora, se a origem da informação parte dos meios convencionais para a suposta “massa”, esta também origina as discussões compartilhadas em rede, a exemplo do que vem ocorrendo com o desenvolvimento dos enredos nas mídias sociais em ebulição no momento, os “memes” – os quais eclodem insistentemente como sons, imagens ou vídeos, satirizando em geral os mais variados acontecimentos do dia a dia. Estes objetos têm ensejado grandes destaques na mídia, e a velocidade com que isso se dá é indiscutivelmente cada vez mais próxima do instantâneo, como sugere Dizard Jr.:

Cada vez mais a informação viaja à velocidade da luz, como dígitos binários digitalizados – simbólicos 1s e 0s representativos de qualquer combinação de informação em voz, vídeo ou impressa. Um cabo de fibra óptica pode transmitir um sinal através dos Estados Unidos em 30 milissegundos. (DIZARD JR., 2000, p. 78)

Essa rapidez na transmissão de dados é demonstrada pela instantaneidade e destaque com que os “memes” são compartilhados em rede e, conseqüentemente, se transformam em pautas midiáticas. Observe-se que as mídias tradicionais – a exemplo da televisão – pautam-se por fenômenos “antigos”, diante das novas possibilidades de comunicação. Diz-se que uma

matéria televisiva da programação vespertina a respeito de um fato ocorrido pela manhã não alimenta o interesse do público com sincronismo, se comparado com a cobertura dos fatos lançados em rede. Diante dessa percepção, veículos de comunicação têm instigado o público a permanecer “plugado” na cobertura *online* de sua programação, fortemente lançada também por meio das mídias sociais.

Nesse processo interativo dos meios tradicionais através das redes sociais, surgem os enfoques dados às manifestações populares em apreço, ou seja, os “memes” de *internet*. Eles se tratam de um formato de replicação responsável pela própria evolução humana, uma vez que transmitem a cultura por meio da reprodução. A definição vem do biólogo Dawkins (2014), que menciona pela primeira vez o sentido do “meme” no livro *O Gene Egoísta*, publicado em 1976. O autor aplica a ideia do “gene” por analogia, comparando a evolução genética ocorrida por meio das divisões moleculares à evolução cultural:

Acho que um novo tipo de replicador recentemente surgiu neste próprio planeta. Ele está nos encarando de frente. Ainda está em sua infância, vagueando desajeitadamente num caldo primordial, mas já está conseguindo uma mudança evolutiva a uma velocidade que deixa o velho gene muito atrás.

O novo caldo é o caldo da cultura humana. Precisamos de um nome para o novo replicador, um substantivo que transmita a ideia de uma unidade de transmissão cultural, ou uma unidade de *imitação*. “Mimeme” provém de uma raiz grega adequada, mas quero um monossílabo que soe um pouco como “gene”. Espero que meus amigos helenistas me perdoem se eu abreviar mimeme para *meme*. Se servir como consolo, pode-se, alternativamente, pensar que a palavra está relacionada a “memória”, ou à palavra francesa *même*.

Exemplos de memes são melodias, idéias, “slogans”, modas do vestuário, maneiras de fazer potes ou de construir arcos. (DAWKINS, 2014, p. 112)

Assim, esses fenômenos, ainda segundo o autor, se propagam “pulando de cérebro para cérebro por meio de um processo que pode ser chamado, no sentido amplo, de imitação” (DAWKINS, 2014, p. 112), sendo verdadeiros vírus que parasitam a mente do outro. Episódio interessante que ilustra essa propagação sobremaneira dos “memes” a ponto de virarem notícia de repercussão nacional no País foi a copa do mundo de 2014, momento em que diversos veículos de comunicação brasileiros acompanharam o desenrolar desses fenômenos na *web* fazendo cobertura especial a respeito deles.

O jornal eletrônico Estadão divulgou matéria intitulada “Campanha na web pede que alemão Podolski fique no Brasil”, ao término do mundial, demonstrando as diversas manifestações nas redes sociais pedindo para que o jogador alemão permanecesse no País, a partir de campanhas realizadas nas redes sociais por usuários da *internet*. O periódico demonstrou o formato dessas investidas e ainda algumas imagens replicadas pelos usuários que viraram “memes”, incluindo uma montagem com o busto do jogador envolvido por uma

faixa presidencial brasileira, retratando sua grande aceitação pelos nacionais, a ponto de supostamente assumir o maior posto eletivo da nação. Ressalte-se a observação do noticioso sobre o peso desse viral retratado no texto da matéria: “A campanha cresceu de uma forma tão grande que o próprio Podolski, em suas redes sociais, postou uma foto utilizando a tag ‘Fica Podolski’” (ESTADÃO, 2014, *online*).

Diversos outros periódicos também pautaram a cobertura sobre essas manifestações em rede, abrindo espaço em seu quadro editorial para abordar as avalanches de piadas dos “memes” da *internet* com os times e os jogadores, como o jornal Terra. O G1 se apropriou do estilo das redes sociais para descrever a matéria, utilizando *hashtags*, próprias da linguagem nas redes sociais da *web*, e ainda ressaltou a existência dos virais: “Do dia 12 de junho a 13 de julho, #tevemuitacopa pelo Brasil inteiro. (...) Veja abaixo uma seleção de fotos, GIFs e memes com o que marcou nesta Copa do Mundo 2014” (G1, 2014, *online*).

Outro exemplo trata-se do *case* “Luíza está no Canadá”, que se criou um produto midiático não planejado, resultante de discussões compartilhadas em rede por internautas nas mídias sociais. Trata-se de uma jovem brasileira que realizava intercâmbio no Canadá. O nome de Luíza estampou manchetes de grandes veículos de comunicação, em decorrência de uma mensagem publicitária protagonizada por seu pai, com o propósito de pôr à venda um empreendimento imobiliário na cidade João Pessoa-PE. Ele citou a ausência da filha na gravação por estar morando no exterior, o que, em tom de ironia, logo tomou conta das redes sociais e virou um grande “meme”. O fato também gerou repercussão emblemática nos noticiosos do País.

Diante disso tudo, fica nítido que as ocorrências dos “memes” propõem uma reflexão acerca da direção invertida do *Agenda Setting*, uma vez que estabelecem o caminho da informação “do povo para a mídia”, esta que, por sua vez, aproveita os resultados dessas discussões compartilhadas nas pautas públicas para retorná-las ao público. Resta claro como o fenômeno dos “memes” incide sobre as pautas dos veículos de comunicação tradicionais, que passam a construir seus informes a partir do popular por meio das mídias sociais. Assim, as empresas de comunicação têm buscado aprofundar as discussões dentro desse tipo de mídia, tornando os seus usuários verdadeiros pauteiros das redações, numa proposta de agendamento mútuo.

Considerações Finais

Dado o fenômeno dos “memes”, pode-se observar que, no novo contexto de comunicação, com o surgimento da *internet* e a possibilidade de manifestação instantânea e contínua de

informações, não há autores nem espectadores atuando unilateralmente, mas existe um fluxo multilateralizado de propagação, reforçados pelas possibilidades destacadas com o uso das mídias sociais. A produção das notícias, nessa conjuntura, tem se instalado em um ambiente de cujas preferências são alicerçadas naquilo que é curioso, incomum ou vistoso, resultantes das repercussões das pautas públicas propagadas em rede.

Portanto, o que se percebe é a ideia de que o público não é um mero receptor das informações lançadas pelos veículos de comunicação, como propunham entendimentos anteriores. Corrobora com isso o exemplo dos efeitos virais alastrados em rede, os quais têm ganhado destaque nas pautas noticiosas, dando ensejo a coberturas especiais. Isso leva a uma busca pela resignificação da teoria da agenda – a Agenda *Setting* proposta por McCombs e companheiros de pesquisa. Dela, pode-se aduzir que o público transforma-se em um complexo de participantes ativos no processo de construção informacional midiaticizado, porquanto são conduzidos a manifestarem-se pelas próprias afinidades e não tão somente pelos atributos impostos pela mídia tradicional.

Os exemplos das coberturas noticiosas apresentados no trabalho demonstram que existe uma contribuição social mais veemente na era das mídias sociais no que diz respeito à produção midiática das notícias. Essa interferência latente da sociedade em rede, percebida atualmente, tem gerado repercussão no agendamento dos *media*, premissa que tem sido terreno de estudos modernos no âmbito da comunicação. Há que se dizer, conclusivamente, que muitos desdobramentos e, quem sabe, atualizações nos conceitos acerca da Teoria da Agenda *Setting*, virão ainda complementar novos estágios dessa presunção, a começar pela proposta de um agendamento mútuo crescente.

Referências Bibliográficas

BAUMAN, Zygmunt. **Amor líquido**: sobre a fragilidade dos laços humanos. Rio de Janeiro: Zahar, 2004.

CAMPANHA na web pede que alemão Podolski fique no Brasil. **Estadão**: 2014. Disponível em: <<http://esportes.estadao.com.br/noticias/futebol,campanha-na-web-pede-que-alemao-podolski-fique-no-brasil,1528449>>. Acesso em: 14 jul. 2014.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. 2. ed. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

DAVIS, Mike. O renascimento urbano e o espírito do pós-modernismo. In: KAPLAN, E. Ann. (Org.). **O mal-estar no pós-modernismo**: teorias e práticas. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1993.

DAWKINS, Richard. **O gene egoísta**. Disponível em: <http://www2.unifap.br/alexandresantiago/files/2014/05/Richard_Dawkins_O_Gene_Egoista.pdf>. Acesso em: 03 mar. 2014.

DIZARD JR., Wilson. A nova mídia: a comunicação de massa na era da informação. 2. ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor: 2000.

JAMESON, Fredric. O pós-modernismo e a sociedade de consumo. In: KAPLAN, E. Ann. (Org.). **O mal-estar no pós-modernismo: teorias e práticas**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1993.

JENKINS, Henry. **Cultura de convergência**. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2009.

LE MOS, André. Ciber-cultura-remix. In: ARAUJO, Denize Correa. (Org.). **Imagem (ir)realidade: comunicação e cibermídia**. Porto Alegre: Sulina, 2006.

MAXWELL, McCombs. A teoria da agenda: a mídia e a opinião pública. Petrópolis: Vozes, 2009.

O QUE TEVE: a Copa do Mundo em fotos, GIFs e memes. G1: 2014. Disponível em <http://g1.globo.com/pop-arte/noticia/2014/07/o-que-teve-copa-do-mundo-em-fotos-gifs-e-memes.html?utm_source=facebook&utm_medium=social&utm_campaign=g1>. Acesso em: 13 jul. 2014.

POLAN, Dana. O pós-modernismo e a análise cultural na atualidade. In: KAPLAN, E. Ann. (Org.). **O mal-estar no pós-modernismo: teorias e práticas**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1993.

ROSNAY, Joel de. O salto do milênio. In: MARTINS, Francisco Menezes; SILVA, Juremir Machado da. (Orgs.). **Para navegar no século XXI: tecnologias do imaginário e cibercultura**. Porto Alegre: Sulina/Edipucrs, 2003.

SANTAELLA, Lúcia. Cultura das mídias. São Paulo: Experimento, 1996.

THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia**. 15. ed. Petrópolis: Vozes, 2014.

THOMPSON, John B. **Ideologia e cultura moderna: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa**. Petrópolis: Vozes, 1995.

WILLIAMS, Raymond. **Cultura e sociedade**. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1969.

WILLIAMS, Raymond. **Marxismo e literatura**. Rio de Janeiro: Zahar, 1979.

Identidade e Desterritorialização na Sociedade Hipermoderna: o Caso Suricate Seboso¹

João Eudes Portela de SOUSA²

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Ceará (IFCE)

Resumo

O presente artigo discute como conceitos de identidade, cultura e desterritorialização, podem contribuir para os estudos de uma sociedade globalizada que hoje parece fazer o caminho inverso do que grande parte dos estudiosos acreditavam. É relevante retomar alguns conceitos de etnocentrismo, identidade cultural, hierarquias sociais, culturais, globalização e internet, para podermos aplicá-los num estudo de uma cultura ciber onde se possa compreender como a sociedade, hoje influenciada pelos novos modelos de comunicação, vem transformando a vida e o espaço social. A cultura e a sociedade são influenciadas pelas novas tecnologias. O objetivo deste trabalho é provocar uma reflexão nos conceitos e formas que englobam a relação do sujeito no ambiente real e virtual e como se configura essa sociedade diante de um determinismo tecnológico.

Palavras-chave: desterritorialização; identidade; cultura; globalização; internet.

Introdução

Nas últimas décadas, as pesquisas relacionadas às culturas e às identidades se fortaleceram diante de discursos decolonialistas na América Latina. Percebemos que as práticas comunicacionais ganharam espaço a partir de mensagens construídas por sujeitos com “lugar de fala”. A internet possibilitou que narrativas socioculturais de grupos não hegemônicos ultrapassassem fronteiras regionais, alcançando diferentes públicos em um universo cada vez mais heterogêneo e desterritorializado. O presente estudo nos propõe a perceber como a identidade cultural tem se fortalecido e aproximado sujeitos locais nessa contemporaneidade.

As novas tecnologias têm proporcionado mudanças no Brasil e no mundo. Vivemos em uma sociedade midiaticizada e, por meio dessas novas formas de comunicação e informação a sociedade em rede tem possibilitado novas experiências e vem desempenhando papéis importantes na maneira de se relacionar e se enxergar como sujeito. O poder da mídia e a influência das novas tecnologias estão transformando a sociedade e sua cultura, abrindo

¹ Trabalho apresentado no GP Mídia, Cultura e Tecnologias Digitais na América Latina, XIV Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação e Publicado na Revista Temática da UFPB em 2014.

² Doutor em Comunicação e Linguagens no Programa de Pós-Graduação da Universidade Tuiuti do Paraná (UTP), Mestre em Comunicação e Linguagens pela Universidade Tuiuti do Paraná (UTP), Especialista em Gerência Executiva de Marketing pela Universidade Federal do Ceará (UFC), Graduado em Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda pela Universidade de Fortaleza (Unifor) e em Hotelaria pelo Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Ceará (IFCE). Professor efetivo do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Ceará (IFCE), pesquisa nas áreas de Comunicação, Folkcomunicação, Identidade, Cultura e Marketing. Membro do grupo de pesquisa Interações Comunicacionais, Imagens e Culturas Digitais (INCOM) na Universidade Tuiuti do Paraná (UTP).

lacunas, fechando espaços, revolucionando a arte de se comunicar, se reconhecer e se identificar.

Neste trabalho, estudaremos à luz de diversos autores como André Lemos, Zygmunt Bauman, Lucia Santaella, Stuart Hall, dentre outros, e buscaremos contribuir para uma reflexão, analisando os aspectos da globalização e das novas tecnologias, bem como toda essa revolução tecnológica no processo de hibridização nas comunidades locais e globais, o que se compreende por identidade. Fugiremos dos determinismos tecnológicos, mesmo compreendendo que muitos pontos desses deslocamentos e diásporas se confundem e entrelaçam com o uso da *internet* e suas ferramentas.

O presente artigo, em um primeiro momento, faz uma abordagem da globalização e seus processos e tenta mostrar como se constrói essa hibridização cultural, com a participação do uso das novas tecnologias. Em um segundo momento traz a tona questionamentos sobre a identidade em um mundo de globalização crescente, de alta penetrabilidade em todas as esferas humanas, sejam elas na social, cultural e econômica. Em um terceiro passo mostraremos através do caso estudado, o perfil do Suricate Seboso, o uso e apropriação da cultura e identidade, como uma reafirmação cultural de um povo num momento em que oscilamos entre o essencialismo e o não essencialismo, no universo globalizado.

Neste trabalho não temos a intenção de fazer um apanhado histórico, mesmo que panorâmico, dos vários discursos que representam a identidade cearense, mas faremos um sobrevoo nas diferenças, que muitas vezes embora sutis podem traduzir os discursos deste povo. O corpus da pesquisa será feito a partir das publicações do perfil do Suricate Seboso nas redes sociais, onde se pretendem apresentar alguns resultados dessa cearensidade traduzida por um núcleo imutável e atemporal, onde passado, presente e futuro se encaixam numa linha ininterrupta, compartilhando signos e sentidos, possibilitando o reconhecimento das identidades culturais por meio da *internet* e suas ferramentas.

Globalização e as Marcas de um Mundo Desterritorializado

Uma nova ordem mundial parece fascinar todas as sociedades, pois a globalização atrai todas as gerações em um processo que parece ser inevitável e muito atraente. Estamos presenciando uma homogeneização das culturas, das sociedades, do mundo, amando ou odiando, isso não é novidade. Desde o final da Segunda Guerra Mundial as informações passaram a circular mais e até as culturas mais fechadas tiveram acesso a outros modos de vidas.

A “globalização” está na ordem do dia; uma palavra da moda que se transforma rapidamente em um lema, uma encantação mágica, uma senha capaz de abrir as portas de todos os mistérios presentes e futuros. Para alguns, “globalização” é o que devemos fazer se quisermos ser felizes; para outros, é a causa da nossa infelicidade. Para todos, porém, “globalização” é o destino irremediável do mundo, um processo irreversível; é também um processo que nos afeta a todos na mesma medida e da mesma maneira. Estamos todos sendo “globalizados” – e isso significa basicamente o mesmo para todos (BAUMAN, 1999a, p.07).

Esse processo é visto por alguns estudiosos como uma possibilidade do rompimento das fronteiras, a quebra das barreiras entre os mundos desenvolvidos e subdesenvolvidos, uma ligação direta entre o norte e o sul, o que possibilita um conhecimento das diferenças, uma aproximação do estranho, um saber do outro, assim, um respeito pela cultura “exótica”.

Essa fronteira pode ser concebida entre o poder e o não de consumir os produtos ofertados por esse “novo mundo”. Para alguns entusiastas, é vista como a possibilidade de pôr fim às barreiras norte/sul, desenvolvido/subdesenvolvido, possibilitando, assim, ressaltar as diferenças e o respeito sob a insígnia do multiculturalismo.

Por outro lado, como esses lugares estão se globalizando, surge uma nova forma de se fazer e entender a cultura, uma deslocalização da produção, como na indústria de automóvel, onde cada passo é feito em um lugar diferente, a cultura portanto do local se funde com a do global.

Com a facilidade de se comunicar e a velocidade da informação os lugares hoje estão globalizados devido a esse encurtamento que a *internet* possibilitou nas sociedades. As novas tecnologias permitiram o que antes era impossível: uma informação rodar o mundo em questões de minutos e por que não dizer em segundos, e com a ajuda desses recursos, o mundo parece ter diminuído suas fronteiras.

No significado da palavra “globalização” está primeiramente implicada a idéia de “planetarização”, etimologicamente advinda do grego *plakso*, que significa nivelamento ou apastamento das diferenças. Historicamente, o referente desse signo aponta para o início da Era Moderna, quando novos instrumentos técnicos possibilitaram as “descobertas” e uma visão global da terra, assim como a expansão do capital. Agora, indica a interconexão de economias parcelares (nacionais e relevantes) por um novo *modus operandi* e com auxílio de novíssimas tecnologias integradoras. (Sodré in: Moraes, 2002. p.23)

Portanto, o mundo passa então por um processo que Giddens (1991, p.89) define como desencaixe: em condições de modernidade, uma quantidade cada vez maior de

peças vivem em circunstâncias nas quais instituições desencaixadas, ligando práticas locais a relações sociais globalizadas, organizam os aspectos principais da vida cotidiana. Com o efeito, dessa fragmentação cultural, a homogenização provoca principalmente nos jovens um distanciamento e desprezo pela cultura local.

Ser local num mundo globalizado é sinal de privação e degradação social. Os desconfortos da existência localizada compõem-se do fato de que, com os espaços públicos removidos para além do alcance da vida localizada, as localidades estão dependentes de ações que dão e interpretam sentidos, ações que elas não controlam (BAUMAN, 1999, p.08).

É no ciberespaço que a produção de bens simbólicos circula com maior facilidade, se criam-se novos códigos e a contemporaneidade vem sendo traduzida por novas identidades, através das infinitas possibilidades que a *internet* permite. Para Martín-Babero, os meios digitais hoje são usados no processo de socialização, principalmente dos adolescentes contemporâneos, cuja comunicação que é feita através de diversas plataformas dirigidas a grande público. O que podemos perceber nitidamente é uma mudança provocada pela tecnologia nas práticas socioculturais, principalmente no campo da sociabilidade.

Os blogs, *twitter*, *facebook* e outras redes sociais passam agora a figurar como elemento importante na comunicação massiva, com funções não só de entretenimento, de alienação e distanciamento, mas como de (re) aproximação da cultura local, de proximidade da sua identidade cultural em qualquer lugar do mundo. A globalização promoveu por meio da *internet* e do uso das novas tecnologias, uma via de mão dupla entre o que podemos chamar de aldeia local e aldeia global.

Nosso mundo, e nossa vida, vêm sendo moldados pelas tendências conflitantes da globalização [...]. a revolução da tecnologia da informação e a reestruturação do capitalismo introduziram uma nova forma de sociedade, a sociedade em rede. Essa sociedade é caracterizada pela globalização das atividades econômicas decisivas do ponto de vista estratégico; por sua forma de organização em redes; pela flexibilidade e instabilidade do emprego e a individualização da mão de obra. Por uma cultura de virtualidade real construída a partir de um sistema de mídia onipresente, interligado e altamente diversificado. E pela transformação das bases materiais da vida mediante a criação de fluxos e de um tempo intemporal como expressões das atividades e elites dominantes. Essa nova forma de organização social, dentro de sua globalidade que penetra em todos os níveis da sociedade, está sendo difundida em todo mundo, do mesmo modo que o capitalismo industrial disseminado no século XX, abalando instituições, transformando culturas, criando riqueza e induzindo a pobreza, incitando a ganância a inovação e a esperança, e ao mesmo tempo impondo o rigor e instilando o desespero.

Admirável ou não, trata-se na verdade de um mundo novo (CASTELLS, 1999, p. 17).

No atual cenário hipermordenado, surge um novo paradigma que vai além da televisão e do rádio, com a influência das novas tecnologias de informação: as redes sociais têm se formado como fonte de difusão e disseminação de informações e notícias, e não só no campo das propagandas comerciais, mas em estreitamento de laços culturais e valorização da cultura local diante de um mercado global e rápido.

A mídia tem um poder sobre a sociedade e exerce um papel muito importante junto a ela; antes era quase impossível levantar a bandeira de sua cultura, mostrar sua identidade e fazer ser vista. Ainda vivemos uma influência da região sudeste, pois o que se faz lá vira moda, como as vestes, as falas, as gírias e os hábitos, bem como, e, outrossim, novelas, os programas de televisão em geral retratam seus modos como padrão e o que não for igual ou parecido fica de fora, muitas vezes considerado brega, cafona ou exótico.

Em virtude da facilidade que a *internet* proporciona, que o cenário está mudando, as redes levam o infinito proposto pela globalização, os meios de comunicação foram desamarrados e uma diversidade de discursos liberta as sociedades de estereótipos, dando vez e voz a quem antes não podia falar, identificar e reconhecer. Não quero parecer determinista tecnológico, porém quero que possamos perceber que as novas mídias possuem variedades de bens e produtos a serem consumidos e um fato que deve ser levado em consideração é a afinidade do homem com a escrita, máquina, etc. - isso sim, deve ser considerado determinante na aproximação.

Identities in Flux

O conceito de identidade é estudado por diversos teóricos e o que se percebe é uma discussão nas áreas das ciências sociais em relação a esse tema. A identidade deve ser compreendida como algo que não é fixo, instável; algo que não parte do biológico e sim construída por vivências e experiências adquiridas com o mundo exterior. Segundo Hall (2002 p. 8), ao se discutir esse tema, afirma estarmos lidando com tendências muito recentes e ambíguas, caracterizando esse conceito como “[...] demasiadamente complexo, muito pouco compreendido na ciência social [...]”. A identidade de um indivíduo ou de um grupo só pode ser entendida quando se coloca lado a lado com a de outro indivíduo ou de outro grupo.

Deve-se compreender que estamos lidando com algo que não é manipulado, que está relacionado a processos bem mais complexos, que tange na conduta de cada sujeito, na maioria das vezes ocorre de forma inconsciente, de difícil compressão, por estarmos vivendo em uma sociedade globalizada, cujos sujeitos, que aqui estão inseridos, em grande parte, comungam dos mesmos processos e sofrem as mesmas consequências dessa sociedade global.

Compreender as questões identitárias é ir além dos conceitos que se definem como aquilo que não é único, permanente e imutável. Nas perspectivas de Bauman, a modernidade tardia e os efeitos da globalização dispersam os fatores que mantêm a tradição e a valorização da história, do seu passado, devendo-se ao reflexo de um modo globalizado. Vivemos uma espécie de atualização contínua, pois a globalização faz que sintamos uma necessidade de mudar, de correr, de transformar, como se precisássemos sempre de algo novo. As sociedades mais prejudicadas são as menos desenvolvidas, por não possuir poderes econômicos, essas sociedades tornam-se mais vulneráveis, a maior parte é, portanto influenciada pelas grandes potências, não se preservando e muitas vezes aniquilando sua própria identidade.

Para existir uma identidade são necessários sujeitos e sociedade; a cultura então é compreendida como identidade de um grupo. O que percebemos hoje, é uma desvalorização das raízes locais, e dos hábitos e costumes transformados e um enfraquecimento dos valores regionais, e o que podemos observar facilmente são as culturas fragmentadas. A maior preocupação é viver um mundo culturalmente homogêneo, onde o local e o global se confundem em todos os aspectos, prevalecendo à cultura dos mais fortes, possibilitando um estranhamento das culturas, tornando as sociedades mais desiguais, aumentando ainda mais a rejeição, a intolerância e a migração, aniquilando as identidades maternas.

Hoje, percebe-se o aumento das chamadas identidades plurais, seja pela migração, seja pela influência da TV, do rádio ou da *internet*. Aquela chamada identidade do passado que nossos pais, tios, avós retratam, parece que se perdeu no meio do caminho, e o que se tem hoje, é essa nova identidade que foi criada por diversas influências, somando o passado com o presente, consciente ou inconsciente dentro de uma sociedade.

Segundo Hall, o que denominamos “nossas identidades poderia provavelmente ser melhor conceituado como as sedimentações através do tempo daquelas diferentes identificações ou posições que adotamos e procuramos viver, como se viessem de dentro, mas que, sem dúvida são ocasionadas por um conjunto especial de circunstâncias, sentimentos, histórias e experiências únicas e peculiarmente nossas, como sujeitos

individuais. Nossas identidades são, em resumo formadas culturalmente. Isto, de todo modo, o que significa dizer que devemos pensar as identidades sociais como construídas no interior da representação, através da cultura, não fora dela” (Hall, 1997, p.26).

Existe um desejo de se ver cultura em todo lugar, buscar identidade em qualquer canto para todos. A cultura é o centro das articulações dos valores culturais e socioeconômicos, o que não é surpresa é essa “crise de identidade” que o sujeito hipermoderno, fragmentado, composto por identidade múltiplas, vive hoje. Segundo Woodward, “a identidade é relacional”. (2000, p.9); a identidade deve ser compreendida como algo que se constrói e reconstrói diariamente nos processos de negociação.

Para Barth, deve se tentar entender o fenômeno da identidade por intermédio das ordens das relações entre os grupos sociais. (Denys Couche, p. 128). São nesses espaços tecnologizado que fazem que esses modos de interações dos sujeitos sejam mais rápidos e intensos, as inclusive circulações de bens simbólicos, ajudando nas suas representações e escolhas na construção e no deslocamento de novas concepções de identidade.

Vivemos numa sociedade hierárquica, na qual a cultura dos sujeitos não é dada como herança e se constroem nas relações entre si, que são sempre relações de desigualdade entre o dominante e o dominado, a elite e o subalterno.

“Toda cultura particular é uma reunião de elementos originais e de elementos importados, de invenções próprias e de empréstimos. Existe um limite que demarca uma identidade cultura da outra, que acaba estabelecendo o que está certo ou errado, dentro ou fora dos padrões”. (DENYS COUCHE. p. 149),

A identidade identifica ao mesmo tempo em que diferencia, tendo em vista esse processo de limitação; cada sociedade, cada sujeito pertencente à determinada identidade, para não se sentir discriminado ou fora dos padrões estabelecidos pela classe dominante. Tem por interesse defender, e muitas vezes disseminar sua cultura e as ações produzidas em seu meio, o que para os teóricos trata-se do “produto derivado da identidade” (SILVA, 2000, p.75).

A cultura é algo muito peculiar de uma sociedade, o que a torna como aspecto diferente, exótico, na formação da identidade de um povo. Mesmo com essa homogeneização de cultura que prega a globalização, são os elementos que formam a identidade não-essencialista, podendo ser relacionados com as discussões de comunidades imaginadas proposto por Benedict Anderson. Segundo Kathryn Woodward (2009, p 41): “Cada cultura

tem suas próprias e distintas formas de classificar o mundo. É pela construção de sistemas classificatórios que a cultura nos propicia os meios pelos quais podemos dar sentido ao mundo social e construir significados”.

Os sujeitos hoje têm uma penetrabilidade em culturas de diversos países, consomem e se apropriam diariamente de novos hábitos e costumes. O que deve ser levado em consideração não é a diferença das sociedades, e sim, como isso influencia na (re) construção de suas identidades.

O que acontece no Ceará, falas, gírias, questionamentos e inquietações da identidade cultural do cearense, em questão de segundos, podem ser absorvidos em qualquer parte do mundo, uma vez que as fronteiras se encurtaram e o que parecia isolar acabou estreitando os laços. Existem diversos símbolos que são marcas da identidade, as pessoas marcam e são marcadas, isso fortalece a representação dos grupos, compreendendo que a identidade passa por uma construção não só simbólica, mas também social.

O Caso Suricate Seboso

O Suricate Seboso ganhou fama no *facebook* com uma linguagem tipicamente cearense, de fácil entendimento em todo nordeste, traduzindo uma cearensidade com ditados populares. Com mais de um milhão e meio de fãs na rede social, o personagem fez tanto sucesso que ganhou coluna em um jornal do estado, virou “garoto propaganda” de uma rede de óculos, ganhando espaço na TV, jornais e *outdoors*. Hoje seu nome virou marca forte, tanto que empresas de diferentes segmentos pagam para serem associadas em suas postagens.



Figura 1: Campanha do dias dos namorados para uma marca de óculos.

Fonte: Perfil do Suricate Seboso no *facebook*.

Há muitos estudos sobre a influência dos meios de comunicação na sociedade, as discussões sobre o processo da audiência e recepção até hoje, provocando muitos questionamentos. Diante desse cenário globalizado que vivenciamos hoje, a presença das redes sociais no nosso cotidiano é cada vez mais evidente e o processo de informação parece que tem chegado mais próximo do sujeito, mesmo que na tela do seu computador, celular, *tablet*, algo tão pessoal, fazendo que absorvam valores e importando hábitos e costumes de diversas culturas.

Uma questão central nos estudos sobre a “identidade” vem ganhando notoriedade nos dias atuais por se tratar da (re) construção regional das identidades e etnias. O Suricate Seboso trabalha como uma reafirmação cultural de um povo em um momento em que oscilamos entre o essencialismo e o não essencialismo, diante de uma realidade que muitos se opõem a esse *ethos* da sua essência, que aqui chamamos de cearensidade, transformando uma série de dúvidas relacionadas à fala, ao modo de se portar, reagir, e se comunicar, sinalizando uma crise de identidade.

Tornou-se difícil minimizar o papel que as redes digitais hoje desempenham em nossa vida psíquica, social, cultural, política e econômica. Em número recente da revista Exame, encontra-se um artigo em que as redes sociais são colocadas como o quarto grande marco da evolução dos computadores. (SANTAELLA, 2013, p.35).

As postagens do Suricate Seboso caminham a uma (re) construção da identidade, na qual seus seguidores, amigos de seguidores e outros formam um movimento, onde se unem de acordo com um sentimento de pertença, e através das semelhanças e diferenças, influencia no fortalecimento e construção dessa identidade cearense, uma valorização da cultura local.

O criador do personagem, em entrevista ao site G1 Ceará, comenta que resolveu criar um personagem que retrata as coisas do Ceará, com influências de outros personagens virtuais de outros estados do nordeste. Diego Jovino justifica a escolha do animal: "Pesquisei animais regionais, mas não encontrava muitas opções. Quando procurei o Suricate, tinham várias formas, ele de todo jeito. Achei mais caricato e ele também tem um jeito mais de ser humano, fica em pé". Já o nome do personagem, Seboso, veio da mania do cearense de chamar por alguém "frescando", fazendo brincadeiras (G1, 2013, *online*).

Jovino fala que o bom humor é o carro chefe desse trabalho e ressalta que o sucesso do personagem se dá por meio do sentimento de pertença do sujeito: “É quando a pessoa não tem vergonha ou não se esconde das suas origens nordestinas e tem muito orgulho das

marmotas do seu povo” (G1, 2013, *online*). O personagem é considerado uma celebridade na região, faz show, tem canal no *youtube*, coluna em jornal etc. O alcance semanal com as mídias, *facebook*, *instagram*, *youtube* chega a mais que cinco milhões de pessoas. Diego reconhece a responsabilidade que o personagem exerce no meio e reconhece a influência que o Suricate Seboso exerce hoje.

Para produção dos conteúdos, o que podemos perceber são expressões e referências que fazem parte do mundo cearense, representação de quem vive ou viveu essa identidade. O sucesso pode ser atribuído pela lacuna que existia nesse espaço virtual antes não havia algo que os cearenses pudessem se identificar, as expressões compartilhadas eram de outros estados, outra cultura. A autora Lucia Santaella (2013, p.40) propõe um olhar no que toca essas relações hoje: “Os processos culturais e comunicacionais propiciados pelos ambientes do ciberespaço agora tornam evidente, colocam a nu e incentivam aquilo que antes não eram tão fácil de ser detectado: a multiplicidade identitária do sujeito”.

O Suricate trouxe à tona o jeito do cearense de falar, ações corriqueiras vivida por esse povo. O que podemos evidenciar é um orgulho, uma valorização do jeito tipicamente cearense que o Suricate Seboso refletiu nesse espaço. Podemos citar algumas expressões de sucesso, “armaria nam”, que vem da “ave, Maria”, (essa expressão é tão forte no estado que foi dita pelo ex-beatle Paul McCartney em um show realizado em Fortaleza, capital do estado), significa negação, e “uri cumpadi”, um espanto, espécie de exclamação.



Figura 2: Dialetos cearense.

Fonte: Perfil do Suricate Seboso no *facebook*

As grafias das palavras postadas levam a autenticidade; são preservados nas escritas o jeito como são ditas nas ruas e o criador ressalta: “A gente escreve do jeito que fala propositalmente. A ideia é escrever o jeito que a gente fala”, e os seguidores e admiradores do personagem ajudam na construção das falas, enviando diariamente sugestões de postagens. Com mais de cem mensagens por dia, é feita uma triagem das melhores situações e expressões vistas no Ceará para publicação.

Com a seriedade do personagem, seu criador hoje estuda literatura, assiste aos vídeos de cineastas cearenses, e procura ficar por dentro de todos os acontecimentos do estado. Como o personagem cresceu muito, conta com ajuda de dois amigos, Eduardo Souza e José Viana, na atualização e monitoramento das outras redes sociais *twitter*, *instagram* e *youtube*.

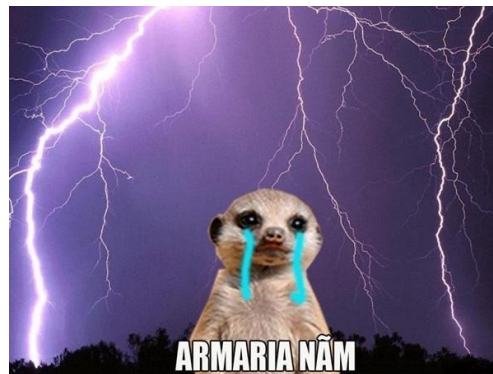


Figura 3: Dialeto cearense.

Fonte: Perfil do Suricate Seboso no *facebook*.

O mais interessante de tudo é que esse fenômeno virtual tem alcançado todas as regiões do país, cruzado fronteiras. Com o sucesso entre conterrâneos e admiradores do "jeito cearense de ser", internautas de outros países como Alemanha, Portugal, Estados Unidos, México, Itália, tem acessado seu perfil nas redes sociais, em estatísticas oficiais divulgadas por Diego Joviano e como um bom cearense, defende que há um cearense em cada lugar do mundo.

Mesmo com as turbulências geradas pela globalização, existe uma valorização cultural que ajuda nessa integração. A compreensão dos dialetos fica muitas vezes comprometida, pois quem não pertence ou pertenceu àquele lugar, precisa de ajuda para tradução do significado real, que em grande parte é patrimônio cultural e só consegue ser decifrado pelo seu povo, exemplo disso é o filme “*cine holliúdy*”, uma produção cearense que rodou as salas de cinemas do Brasil com legenda, para facilitar a compreensão das falas.

Considerações Finais

O objetivo desse trabalho foi abrir uma discussão sobre os efeitos causados pela globalização e o uso das tecnologias na sociedade. Discutimos a contribuição da *internet* no processo de desterritorialização nessa cultura contemporânea e ao mesmo tempo pudemos identificar o papel inverso que vem sendo estabelecido com o auxílio das novas tecnologias nos processos e práticas culturais. Com a democratização na distribuição de bens simbólicos se faz possível uma reterritorialização num processo paralelo de uma ideologia globalizante.

Quando abre espaço para veiculação de conteúdos antes discriminados, se caracteriza uma democratização dos bens culturais, escapando dos administradores culturais, fugindo do domínio, possibilitando as consideradas subculturas e identidades exóticas falas nesse novo cenário. As individualidades e os aspectos específicos de cada lugar são reconhecidos e seus conteúdos ganham espaços e audiências.

Sai de cena a interferência de interesses globais muitas vezes camufladas de uma ideologia globalizante, presentes nas culturas mais fortes, e por intermédio desses efeitos desterritorializantes das culturas locais evidenciados claramente em países em desenvolvimento, ou como no caso do Brasil um país com dimensões continentais, a *web* apesar desse caráter globalizante, possibilita na sociedade em rede diferentes apropriações e os usuários podem customizar, aproximando pessoas, oferecendo conteúdos que aproximem as diferenças culturais que muitas vezes não possuíam espaço nos meios de comunicação tradicionais.

Referências Bibliográficas

- BAUMAN, Zygmunt. **Globalização: as consequências humanas**, Rio de Janeiro: Zahar, 1999.
- _____. **Comunidade: a busca por segurança no mundo atual**, Rio de Janeiro: Zahar, 2003.
- _____. **Capitalismo parasitário**, Rio de Janeiro: Zahar, 2010.
- _____. **Medo líquido**, Rio de Janeiro: Zahar, 2008.
- CASTELLS, Manuel. **O poder da identidade**, São Paulo: Paz e Terra, 1999.
- COUCHE, Denys. **Cultura e identidade**. In: *A Noção de Cultura nas Ciências Sociais*. São Paulo: Edusc, 1998.
- ECO, Umberto. **Apocalípticos e integrados**. São Paulo, Perspectiva, 1979.

GIDDENS, Anthony. **As consequências da modernidade**. São Paulo: Editora Unesp, 1991. HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 2003.

_____. **Da Diáspora**. Identidades e Mediações Culturais. Belo Horizonte, Editora: UFMG, 2006.

LEMOS, André (Org.). **Cibercidade**: As cidades na cibercultura. Disponível em: <http://www.e-papers.com.br/apresenta.asp?codigo_produto=447>. Acesso em: 23 de maio de 2010.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. *Dos meios às mediações*: comunicação, cultura e hegemonia. 2ª ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2001.

_____. **Jóvenes: comunicación e identidad**. Pensar Iberoamérica: Revista de cultura. N.0, Fev. 2002. <http://www.oei.es/pensariberoamerica/ric00a03.htm>

_____. **Tecnicidades, identidades, alteridades**: mudanças e opacidades da comunicação no novo século. In: MORAES, Dênis (org.). *Sociedade midiaticizada*. Rio de Janeiro: Mauad, 2006.

_____. **Cultura y nuevas mediaciones** Tecnológicas. Texto apresentado em aula no programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação/ECA/USP em 2008. Publicado em *América Latina: otras visiones de la Cultura*, CAB, Bogotá, 2005.

ORTIZ, Renato. **Mundialização e cultura**. São Paulo: Brasiliense, 1994.

PRIMO, Alex. **A internet em rede** / organizada por Alex Primo. Porto Alegre: Ed.Sulina, 2013.

SODRÉ, Muniz. **O globalismo como neobarbárie**. In: MORAES, Dênis (org.). *Por uma outra comunicação*: mídia, mundialização cultural e poder. Rio de Janeiro: Record, 2002.

SILVA, Thomaz Tadeu da.(org.), HALL, Stuart, WOODWARE, Kathryn. **Identidade e diferença**. A perspectiva dos Estudos Culturais. Petrópolis, Vozes, 2000.

SURICATE Seboso faz sucesso com expressões cearenses e vira negócio. **G1**: 2013.

Disponível em:<<http://g1.globo.com/ceara/noticia/2013/09/suricate-seboso-faz-sucesso-com-expressoes-cearenses-e-vira-negocio.html>>. Acesso em: 04 de julho de 2014.

SURICATE Seboso faz sucesso com expressões cearenses e vira negócio. **G1**: 2013.

Disponível em:<<http://g1.globo.com/ceara/noticia/2013/09/suricate-seboso-faz-sucesso-com-expressoes-cearenses-e-vira-negocio.html>>. Acesso em: 04 de julho de 2014

PODER SIMBÓLICO DOS ANTAGONISTAS: narrativas de *Veja* sobre uma ilha comunista¹

Antonio Sebastião da Silva²

Universidade Federal de Mato Grosso (UFMT)

Resumo

Os resultados apresentados neste artigo objetiva compreender como a mídia brasileira organiza o conhecimento social sobre a América Latina, a partir de suas narrativas, com suas estratégias discursivas, seleção de vozes e performance dos personagens nos acontecimentos políticos, na construção de matriz narrativa hegemônica, cuja tessitura da trama, centra-se, neste contexto, em Cuba. A metodologia empregada é a Análise Crítica da Narrativa, delineando os procedimentos da estratégia da revista *Veja* na configuração dos agentes sociais na diegese jornalística. O *corpus* da pesquisa resulta de narrativas políticas sobre o país entre os anos de 2008 e 2010. Sobressaindo-se das análises a concepção de um núcleo simbólico de personagens na tessitura da trama política do semanário paulista na defesa do modelo neoliberal, com reflexo na economia e cultura regional ante o socialismo cubano e latino-americano.

Palavras-chave: América Latina; Revista *Veja*; Cuba; Narrativas; Política.

Introdução

Pensar a sociedade em grande medida é analisar suas narrativas em um processo de mediação ininterrupto, que resulta na formação de conhecimento e na sua sistematização. A cada etapa da histórica a comunicação midiática impulsiona a todos para novos lugares, rumos e fronteiras. Nas mediações comunicativas, diferentes meios se tornam agentes centrais na organização do pensamento social, de acordo com as tecnologias que emergem no tempo e se desenvolvem (MCLUHAN, 2006; CALDERÓN; CASTELLS, 2021). O texto que apresentamos remete ao final da década de 2010, cuja pesquisa acompanha as coberturas dos acontecimentos sobre as disputas políticas regionais, com foco na construção de sentido político-ideológico da revista *Veja*, principal veículo no seu segmento, na configuração dos personagens na disputa entre modelo neoliberal global *versus* socialismo latino-americano sustentado pela família Castro em Cuba.

A pesquisa é resultado de quatro anos de trabalho sobre as reportagens do semanário paulista, realizada no decorrer de doutoramento, que resultou mais adiante em livro publicado

¹ Trabalho apresentado no GP Mídia, Cultura e Tecnologias Digitais na América Latina, XIV Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Doutor pela Universidade de Brasília (UnB) em Comunicação, na linha de pesquisa Jornalismo e Sociedade. Mestre em Comunicação e Semiótica pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC/SP) e professor do quadro efetivo da Universidade Federal de Mato Grosso (UFMT). Coordenador do grupo de pesquisa mídia e política, com análises das Mediações Latino-americanas sobre narrativas jornalísticas regionais. Autor do livro *Mediações Latino-americanas* (2020).

em 2020, com o título “Mediações Latino-americanas”. A rigor, as questões de fundo apresentadas no texto ainda se revelam pertinentes com a realidade política em voga, com alterações dos personagens, em uma América Latina que é palco das mais acirradas intrigas com formação de núcleos de vozes em disputa pela hegemonia de poder. O Brasil como importante *player* global efetivamente sente os reflexos das narrativas das grandes mídias neste processo de produção de discursos para metanarrativas jornalísticos que culminam no entendimento de democracia e igualdade social.

Assim, o artigo apresentado no 40º Congresso Brasileiro da Comunicação, realizado em 2017 em Curitiba, promovido pela Intercom, sinaliza para um cenário complexo em meio ao processo de globalização econômica com agentes políticos, empenhados nas ações comunicativas, com fortes interesses de domínio político regional, cujos discursos são estrategicamente reverberados pelo influente semanário pertencente à Editora Abril, à época de propriedade da família Civita. A compreensão das vozes das narrativas na formação do pensamento latino-americano e seus núcleos no tempo pretérito e presente se torna, em essência, fundamental para a compreensão sobre as configurações dos personagens de poder das narrativas na sociedade contemporânea regional.

Cuba, assim como os países da América Latina, não é somente uma ilha perdida na América Central, que por décadas manteve e ainda mantém influência política regional, com reflexo nas nações desenvolvidas. Surpreendente acreditar que mais forte do que uma nação inteira e seus valores são seus símbolos e sua capacidade de interferir nos governos e nas propostas econômicas, além-mar. Certamente esta é uma realidade de qualquer país do mundo, mas, efetivamente, alguns ganham status paradigmáticos, como a ilha cubana.

Diante do questionamento sobre o modelo econômico, que geram transformações sociais e culturais na contemporaneidade, surge a necessidade de convencimento para o paradigma enunciado com quantidade significativa de narrativas. A busca permanente, por certo, é pela hierarquia social, em conformidade com hegemonia de poder e construção de enquadramentos para a percepção da realidade.

Na tentativa de compreender as estratégias narrativas de projeto dramático do jornalismo brasileiro sobre a América Latina, concentramos a atenção na cobertura de um dos países, talvez, mais emblemáticos da região, por década em conflito com o modelo neoliberal e capitalismo dos grandes centros econômicos. Neste sentido, a busca aqui é verificar quais são estratégias da Revista Veja na configuração de seus personagens, na composição da tessitura da trama e difusão de fórmulas simbólicas político-ideológicas sobre o país latino-americano. Ademais, de modo específico como elas são organizadas sistematicamente, no sentido de

estabelecer catarse e convencimento do leitor para determinação de narrativas hegemônicas, ainda que provisórias.

Questões teóricas e metodológicas

Na perspectiva dos meios de comunicação, de configurar seus personagens na trama narrativa no espectro político, a pesquisa se relaciona efetivamente com a composição de grupos de poder simbólico para difusão de formas simbólicas (THOMPSON, 1998) na região, de modo a estabelecer influência sobre o leitor, cuja finalidade é o convencimento para modelo econômico de domínio global, com ampla transformação cultural e representatividade social. “Por outras palavras, a palavra do *porta-voz*, deve uma parte da sua “força elocução” à força (ao número) do grupo para cuja produção como tal ele contribui pelo *acto* de simbolização, de representação” (BOURDIEU, 2010, p. 187). Neste sentido, se define o capital simbólico, com o qual organizam-se o pensamento político e conhecimento social. Cabe ressaltar, no entanto, as relações de poder não se resume a ordenação passiva do leitor, nesta análise. Mas importante sinalizar a perspectiva, de contrapoder aos grandes conglomerados industriais, na composição de culturas e ideologias (EAGLETON, 1997), que se formam em uma sociedade global, demarcadas por diferenças e culturas híbridas (MORAES, 2013, p.109; CANGLINI, 2008).

A revista brasileira *Veja*, que “foi lançada no dia 11 de setembro de 1968” (ALMEIDA, 2009, p. 23), com projeto de reproduzir o modelo da *Times* no país, continua gerando ampla discussões quando o assunto é política e economia. O conglomerado de comunicação da Família Civita tem uma longa história, com origem europeia que chega ao Brasil, na busca de construir um grande empreendimento. Semanário que tem importância histórica no jornalismo político brasileiro, “impondo a aprovação de reformas na Constituição, exigindo privatizações, desestabilizando governos, mantendo ou excluindo ministros. Sempre quer aparecer como neutra, um vigilante do poder, o ‘quarto poder’”. (SILVA, 2008, p. 89).

Para as análises das reportagens seguimos a metodologia de Luiz Gonzaga Motta (2013), com o texto “Análise Crítica da Narrativa”, o qual descreve que “É no momento da configuração que os vários atores sociais e vozes intervêm para negociar e criar a representação que corresponda a uma síntese da visão de mundo de cada ator, uma matriz narrativa que tornará a verdade dos fatos, até que venha a ser modificada” (MOTTA, 2013, p. 235). A pesquisa é feita no intervalo de tempo da publicação de *Veja*, entre os anos de 2008 e 2010 e concentra-se: no plano da linguagem, considerando a expressão definida pelo narrador, na formação e sentido; na estória¹, com atenção à performance dos personagens de *Veja* no texto, que

¹ Aqui a estória, sem o “H”, nos permite fazer uma diferenciação na narrativa jornalística, quanto ao texto dos historiadores, os quais seguem metodologia e pesquisa que distancia daquela feita nas coberturas noticiosas, pressionadas pelo tempo presente, como agente da tradução dos acontecimentos sociais.

conduzem à formação da diegese, resultando na virtualização da textualidade, no processo de mediação entre Revista e Leitor, culminando na visão de mundo dos narradores; e, na metanarrativa, definindo, assim, implicitamente seu projeto dramático, consolidando-o na comunicação com o seu interlocutor, no esforço para o seu convencimento e ideologia.

Neste propósito, seguiremos na divisão dos narradores na trama, envolvendo o veículo, cuja narrativa estará restrita à produção visual e composição estética das páginas, que, no entanto, usa, de maneira estratégica e atenta, porém importante à textualidade verbal. O narrador Jornalista é responsável, portanto, pela cobertura efetiva, cujo resultado advém dos seus contatos com os personagens no campo de ação. Nesta sequência, aparecem os personagens da narrativa, de modo que estão divididos pelas suas funções na diegese, conforme desenrolar da trama, seguindo projeto dramático de *Veja*, como protagonistas e antagonistas, sendo que, para cada um, há os seus auxiliares, com papel secundário nessa tessitura, porém importantes, como adjuvantes.

Outras categorias que se mostram importantes, relacionam-se às intrigas, ou seja, às disputas dos personagens no texto de *Veja*, na composição dos grupos de poder simbólico para a verdade e legitimação da ideologia do narrador. A rigor, no processo de composição da narrativa jornalística para as mediações, os personagens recebem do narrador performance para o discurso. Nesta mesma abordagem, sobressaem os enquadramentos dramáticos, que resultam na angulação da notícia, em conformidade com deixas simbólicas, visando ordenar visão de mundo para o leitor (metanarrativa), a partir de discursos já conhecidos, sistematicamente, para formação de senso comum, a partir da propagação de verdades aparentemente consensuais no imaginário social. Os pontos de viradas nas histórias se mostram frequentes, isto quando há algum fato novo que exige a recomposição da narrativa e mudanças de performance dos personagens na tessitura da trama diegética.

Comunismo, já vai tarde

Começamos com o personagem principal desta trama, que na perspectiva do narrador como a nação causadora de males, porém para uma população que começa a perceber as necessidades de mudanças, de um país que vai se tornando uma ilha perdida, em um mundo globalizado pelo capitalismo industrial. Fidel Castro, sistematicamente, eleva o país a uma “[...] farsa eleitoral para dar ares de legitimidade aos arranjos do tirano que agoniza, mas não larga o poder”, descreve o narrador no subtítulo da primeira narrativa do episódio (30/01/2008, ed., 2045, p. 62).¹

¹ O conteúdo das edições da Revista *Veja*, analisados neste episódio, com suas narrativas (estórias), podem ser vistos no acervo digital do semanário da Editora Abril, de acesso público, em <http://veja.abril.com.br/complemento/acervodigital/index-novo-acervo.html>

No título (16 *cm/col.*), *Veja* conta tratar-se de: “A ditadura perfeita”. No enquadramento dramático do narrador, a imagem (48 *cm/col.*) de Castro, em destaque, no alto da página, com aparência de velho e doente, sorridente, porém, com um detalhe, de pijamas. A rigor, personagem antagonista da estória “[...] ainda manda, mas já não tem vigor para falar em público” (30/01/2008, p. 62), escreve *Veja*. Na sequência, diz o narrador-veículo, que, na política de cartas marcadas de Cuba, não há pluralidades de partidos, só o comunista.

Na diegese da narrativa de *Veja*, nas ditaduras o processo de votação serve apenas como forma de dar aparência de democracia ao governo. A exemplo dos regimes políticos de Síria e Iraque, com representantes ditatoriais, em Cuba, Fidel Castro obtivera, nas eleições, 95% de apoio para se manter no poder (20 de fevereiro de 2008).

Longe de ser uma eleição democrática, a política praticada na ilha não passa de um ritual, que se repete, desde 1993, início das eleições para a Assembleia Nacional do Poder Popular. Tudo não passa de ficção para uma Assembleia que não legisla. Em fevereiro, os deputados escolhem o conselho, que define o ocupante do cargo de presidente. A decisão por Fidel Castro é certa, porém desta vez, por estar doente, cederá o comando da nação ao irmão, Raúl Castro, ou a seu vice, Carlos Lage. No final, a troca apenas de nomes, no grupo de domínio de Fidel, nada muda, pois, como descreve o narrador, fazendo referência a “[...] anedota cubana, *são todos o mesmo cachorro, com coleiras diferentes*” (30/01/2008, p.63, grifo nosso). Contudo, com a doença do ditador, surge a esperança dos cubanos da verdadeira democracia no futuro da ilha. O economista cubano Vladimiro Roca, preso pelo regime de Castro, por se manifestar contra a ditadura, no papel de personagem protagonista de *Veja* conta: “Fiquei quatro anos na prisão por divulgar algo que está na Constituição” (30/01/2008, p.63).

Na sequência narrativa, quase dois meses depois, Fidel Castro será a personificação da capa de *Veja* da última edição de fevereiro (ed. 2049), quando aparece contra a luz, com a silhueta de sua fisionomia, com seu tradicional boné militar e barba, as marcas do personagem-ditador. O narrador o descreve como uma estátua, um fantasma, que já hipnotizou a esquerda, durante 50 anos e, por isso, “Já vai tarde”. Um legado melancólico que chega ao fim, também para os cubanos, que se veem isolados do mundo capitalista, sob o poder de um ditador¹.

Se confirmada a morte política do antagonista, Cuba se revelará “Um país de muito passado, agora tem algum futuro” (27/02/2008), conta *Veja* no título de sua estória, dando sequência à disputa de poder no interior da revista (27/02/2008, p. 68), envolvendo a intriga entre comunismo cubano *versus* capitalismo industrial global. A mesma produção da imagem

¹ No detalhe no alto da página em verde – que contrasta com o preto da imagem de Castro – se destaca o então presidente brasileiro, com sua popularidade em alta, como conta o narrador: “Lula surfa nos bons números do capitalismo brasileiro” (27/02/2008, ed. 2049).

da capa toma duas páginas abertas, com fundo negro, cujo subtítulo é escrito por *Veja*: “O ditador entrega o comando direto do país ao irmão, abre caminho para mudanças, mas fica ainda como *um fantasma* assombrando o povo e preservando sua tenebrosa herança” (27/02/2008, p. 69, grifo nosso).

No entanto, como está em fase terminal, chegada a hora de fazer o seu julgamento. Em *flashback*, com narrativa em tempos pretéritos, o narrador-jornalista segue na configuração da estória, no presente, porém busca arquivos que permitem a realização de um tribunal, como prova de suas ações. Conta o narrador que, em 1953, em julgamento de crime por ataque suicida a um quartel, fez sua própria defesa, dizendo que “[...] a história me absolverá”. Depois de mais de meio século, com 81 anos, “[...] visto o sofrimento que infligiu ao povo durante 49 anos como senhor absoluto de Cuba, a absolvição está fora de cogitação. Cabe recurso? Não dá mais tempo. Fidel está em fase terminal de uma grave doença” (27/02/2008, p. 70).

O narrador-jornalista segue o veredito da acusação, assumindo, como agente da estória, na incriminação do personagem. “Vai anunciar o corte da cota de leite para a população adulta de Havana? Diga à multidão que não faltará leite para as crianças” (27/02/2008, p. 70). E segue na condenação: “Vai ter de recuar, desmontar os mísseis atômicos soviéticos e devolvê-los a Moscou? Diga que Cuba é soberana e pode ter as armas que quiser” (27/02/2008, p. 70). O narrador passa a palavra a Fidel, numa espécie de diálogo imaginário, no enquadramento dramático: “Os mísseis se vão. Mas ficam todas as demais armas” (27/02/2008, p. 70), responderia o réu.

Na sequência narrativa, descreve *Veja*, que, para continuar a farsa “[...] ajuda muito banir a imprensa, dominar a televisão e o rádio, proibir a entrada de jornais estrangeiros no país e impedir os cidadãos de viajar para o estrangeiro. Ajuda muito enjaular por tempo indeterminado, e sem juízo formado, toda a oposição” (27/01/2008, p. 71). Transformou-se em um ditador de um “país-cárcere”. “A história o absolverá? Difícil.” (27/02/2008, p. 71).

Na diegese, o narrador, no acontecimento-intriga, leva o seu interlocutor para o tempo futuro, na sua estratégia de configurar a estória do país comunista na transformação em capitalista, delimitando espaço para sua metanarrativa. Mas, afinal, o que será de Cuba depois de Fidel, que passou o tempo todo em conflito com a maior potência mundial? “Depois que Fidel for se encontrar com Marx no céu dos comunistas? Uma ilha sem expressão e agora de preocupação internacional” (27/02/2008, p. 71). O antagonista Fidel Castro mesmo fora da política continuará atormentando o país, pois Cuba não sobreviverá sem o seu criador. Ninguém terá o seu carisma. Afinal, qual sua estratégia para se manter no poder? Descreve o historiador argentino Carlos Malamud, do Instituto Real Elcano, em Madri: “Nos livros

escolares, Fidel é enaltecido como o grande pai, aquele que trabalha dia e noite para proteger os cubanos” (27/02/2008, p. 72).

No fio da narrativa, *Veja* usa da ironia para atingir seus objetivos de ordenação de sua estória, criando espaço catártico para seu interlocutor. Em diálogo entre professor e aluno, o narrador diz que, ao ser questionado sobre as grandes conquistas cubanas, o estudante rapidamente confirma que são três: a educação, a saúde e a seguridade social. “Provocativa, a professora quer saber quais são os três defeitos. O aluno também os tem na ponta da língua: Café-da-manhã, almoço e jantar” (27/02/2008, p. 74).

“Sem Fidel Castro, o regime cubano teria acabado junto com a União Soviética, quase vinte anos atrás” (27/02/2008, p. 74), conta a socióloga cubana Marifeli Pérez-Stable, vice-presidente do Diálogo Interamericano, um centro de análises políticas, em Washington. Na voz da personagem, o narrador constrói o pano de fundo da narrativa, apontando saídas para a democracia econômica da ilha, após a constatação da doença de Fidel e mudança de poder político do país, em quatro possibilidades: a) Com Raúl Castro se *abre ao mercado*, como ocorre com a China; b) como querem os exilados, haverá *abertura de mercado* e democracia; c) serão feitas *reformas econômicas*, com pressão social e abertura em ritmo acelerado; d) o sucessor de Fidel é conservador, mas sob pressão popular, com *intervenção dos EUA*, emerge a democracia.

Durante o tempo no poder, Fidel conseguiu suportar a queda do muro de Berlim e perda de apoio da URSS, mas teve de se aproximar de um personagem emblemático de outras narrativas, o esquerdista Hugo Chávez, que vende petróleo subsidiado e faz empréstimos camaradas à Cuba comunista. Como descreve *Veja*, vive-se numa “realidade zoológica”, tem-se o que comer, mas sem liberdade. “JÁ VAI TARDE” (27/02/2008, p. 79).

Fuga da ilha em direção à democracia

A estória de *Veja* tem prosseguimento, quatro meses depois, com o acontecimento-intriga envolvendo a fuga de cubanos da ilha para os Estados Unidos. No seu projeto dramático, três pessoas em uma embarcação de pequeno porte, no alto da página (33cm/col.), com destaque, tentam sair do país de Fidel Castro, e, em *flashback*, recupera a memória de 1994, quando o êxodo para a nação vizinha teve ponto alto. “Agora, fogem de Raúl”, no título, e subtítulo: “Apesar das reformas do irmão-sucessor, aumenta o êxodo cubano para os EUA” (25/06/2008, ed., 2066, p. 154). Em gráfico, no rodapé da página, escreve *Veja*: “Fuga da ilha-prisão: desde que Fidel Castro tomou o poder, um em cada seis cubanos abandonou Cuba. No ano passado, o número de fugitivos atingiu seu ponto mais alto desde 1994, quando 37 191 pessoas escaparam” (25/06/2008, p. 154). Ao lado, gráfico (14,4cm/col.), com os números dispostos para o leitor.

No fio da narrativa, a transferência da presidência de Fidel para o irmão Raúl Castro, ponto de virada da narrativa de *Veja*, foi tardia, com mudanças de abertura do comércio da ilha, com mais acesso da população a bens de consumo, como eletrodomésticos, porém não se altera o quadro econômico do país comunista. “As tímidas reformas feitas por Raúl Castro não vão alterar em curto prazo a falta de perspectivas para os jovens cubanos” (25/06/2008, p.154), conta o personagem da estória, o americano Andy Gomez, do Instituto de Estudos Cubanos da Universidade de Miami. Nos Estados Unidos, a vida do personagem encontra riqueza, afinal, como conta o narrador, “[...] o salário médio de um cubano é de 15 dólares por mês. Esse é o salário mínimo por duas horas de trabalho na Flórida” (25/06/2008, p.154).

Na sequência, o narrador usa estratégias de linguagens para descrever um cenário político próximo do imaginário, na tessitura do fio da narrativa. Desta vez, no subtítulo, “Chefes de estado latino-americanos produziram muitas piadas na Costa do Sauípe e nenhuma proposta de interesse dos seus povos. O motivo é uma homenagem a Fidel, o ‘Comediante em Jefe’” (24/12/2008, ed. 2092, p. 86). No título, conta o narrador: “Só faltou ‘esteban’”. Numa referência a Fidel Castro, esteban como “uma abreviatura de ‘este bandido’” (24/12/2008, p.86). Na retranscrição, se lê *Humor*, logo acima do título. O sarcasmo, a ironia se torna ponto que fundamenta a narrativa, na configuração da diegese, de modo a gerar no leitor sentido de falta de seriedade, incapacidade dos personagens antagonistas para representar a sociedade. Os anti-heróis, a quem se deve olhar com atenção, devido as suas ações e modos de agir, no final, causam pilhéria.

Os protagonistas da trama aparecem no enquadramento de *Veja*, como sendo Hugo Chávez, Raúl Castro, Evo Morales e Lula, em imagem (14,9cm/col.), sorrindo entre eles, apesar de a reunião envolver 33 líderes da região. Como diz o narrador-*Veja*, foi um “concurso de piada”. Entre as mais eloquentes dos antagonistas está “[...] o episódio recente em que George W. Bush, presidente dos Estados Unidos, numa visita a Bagdá, teve de se desviar de um sapato arremessado por um jornalista iraquiano” (24/12/2008, p.86). A outra e mais importante, a condenação dos Estados Unidos ao embargo econômico a Cuba. Na voz do antagonista Evo Morales, conta o narrador: “[...] vamos dar um prazo ao novo governo dos EUA para suspender o bloqueio econômico a Cuba [...] Se não fizer isso [...] retiraremos os embaixadores, ameaçou o ‘Doctor Evo’” (p. 86). Neste sentido, conta o narrador-jornalista, Morales não cogitou acionar sua marinha contra os norte-americanos, ficando apenas na diplomacia política, evidenciando as diferenças de poderio bélico entre os dois países, claramente desfavorável ao boliviano. Prossegue o diálogo entre os antagonistas, entretanto, na definição do próprio narrador, o que seria uma afirmação possível para Morales: “A queda do preço do petróleo foi um golpe do

império contra Hugo Chávez”, conta o “Doctor Evo”, cuja ironia “uma que sempre faz enorme sucesso” (24/12/2008, p.86). Neste mundo imaginário do narrador, Chávez teria dito: “Cuba é a essência do coração e da dignidade dos povos da América Latina e do Caribe [...]” (24/12/2008, p.86).

O presidente brasileiro se referindo à América Latina, à semelhança de Napoleão - que na piada, contada pelo narrador, dependura-se no lustre para não ver o quarto às escuras -, conta que “Éramos um continente de surdos, que não nos enxergávamos” (24/12/2008, p.86), o que aumenta o ar de risos dos personagens, numa ironia sem graça, como diz o narrador-jornalista, na sua narrativa imaginária. Rafael Correa tem sua vez de participar da conversa: “[...] foi um problema comercial e econômico lamentavelmente transformado em problema diplomático” (24/12/2008, p.86). Segue o narrador, “Em outro ambiente, teria levado uma sapatada [...], mas a Bahia não é Bagdá, Correa não é Bush” (24/12/2008, p. 86). A piada eleva-se, quando Chávez conta que “O socialismo não está morto. Está mais vivo do que nunca. O que está morto é o capitalismo” (24/12/2008, p.86). Como efeito, “Alguém jura ter ouvido de um concorrente inconformado com a derrota um lamento inaudível: vai sifu...!” (24/12/2008, p.86).

Na sequência, um personagem importante das narrativas midiáticas globais sai de cena, em 2008. George W. Bush, depois de dois mandatos consecutivos, cede à presidência da maior potência econômica mundial ao ex-senador Barack Obama, que inicia o seu governo na Casa Branca, em janeiro de 2009. Na estória de *Veja* a mudança política no vizinho resulta em um *ponto de virada* importante da narrativa sobre Cuba, pois, logo o novo presidente sinaliza para novos métodos de tratamento com os vizinhos do sul. A rigor, no título, conta no seu enquadramento dramático, “Obama estende a mão a Cuba” (22/04/2009, ed. 2109, p. 83). A dúvida é como os irmãos Castro responderão à boa vontade do presidente” (22/04/2009, p.83), escreve o narrador *Veja*, apresentando no alto da página, com destaque (22,8cm/col.), vários cubanos felizes com carrinhos cheios de compras no Aeroporto de Miami, embarcando suas mercadorias para a ilha comunista.

Em discurso na Venezuela, o comando da ilha, Raúl Castro conta: “Mande dizer ao governo americano, em privado e em público, que estamos dispostos a discutir tudo, direitos humanos, liberdade de imprensa e presos políticos” (22/04/2009, p.83).

O regime dos Castro “está fraco e exausto”, com dificuldade para resistir ao poder do mais forte. O narrador enumera os pedidos de Cuba: “[...] os dólares dos turistas americanos, mais crédito dos bancos internacionais e acesso ao FMI para negociar sua dívida externa” (22/04/2009, p.83); enfim, os benefícios do capitalismo industrial globalizado.

A imprensa e literatura nas disputas pelo poder simbólico

Em Cuba dos irmãos Castro, os jornais ganham outra finalidade que não somente a leitura das informações publicadas sobre os acontecimentos do país, mas com “A falta crônica de papel higiênico fez com que os cubanos encontrassem uma utilidade sanitária para as publicações comunistas” (9/9/2009, ed. 2129, p.98), conta o narrador-*Veja* no subtítulo de sua narrativa sobre a nação da América Latina. Sete meses depois, portanto, o semanário paulista traz no título de sua estória: “Até que enfim serviram para Algo” (9/9/2008, p.98), e na vinheta sobre o título está a palavra “ideologia”, levando o leitor, de antemão, a saber que a narrativa se refere ao acontecimento-intrigas e à configuração dos personagens nas disputas pelas estórias e seus ideais políticos. Em destaque, no alto das páginas do texto narrativo (54 cm/col.) estão enfileiradas, seguindo o projeto dramático do narrador, várias pessoas, com o objetivo de comprar jornais em Havana. “Nas ruas o *Granma* é revendido para ser usado no banheiro” (9/9/2009, p.99), revela o narrador-*Veja* na legenda, ainda na abertura da estória, no alto da página.

Fidel Castro, no papel de antagonista, não é nada confiável, sendo que, quando faz alguma afirmação, deve ser entendida ao avesso, conta o narrador-jornalista. Quando disse “[...] que não iria faltar leite para ninguém, [quis dizer] exceto para os menores de 7 anos. [...] Anunciou a chegada para o fim do ano de um carregamento de papel higiênico importado, os cubanos entenderam que não há solução à vista para a falta crônica do produto sanitário básico” (9/9/2009, p.98).

O jornalista do *Granma*, personagem da estória, ironiza: “Meus amigos sempre faziam piada, dizendo que se lembravam de mim quando iam ao banheiro” (9/9/2009, p.99), conta o cubano YPP, que trabalhou no jornal até 2006. O protagonista - no enquadramento dramático da narrativa - pede para não ser identificado para não sofrer represálias dos comunistas. Ele, que deixou o jornal por uma ação “[...] típica das ditaduras comunistas” (9/9/2009, p.99), depois de escrever críticas ao regime, não pode mais trabalhar em qualquer lugar, e hoje vive no exterior.

A situação econômica no país comunista vai de mal a pior, como escreve o narrador na estória, com a redução da mensalidade venezuelana para o país, obrigando o regime a importar 80% dos alimentos consumidos. Para piorar, Fidel Castro *mandou* reduzir o consumo de eletricidade em 12%. “Nenhum país do mundo consegue crescer com um corte de eletricidade desse tamanho” (9/9/2009, p.99), como conta o economista cubano Oscar Espinosa Chepe, de Havana, personagem da estória.

Na sequência, perseguindo a estratégia de atacar a representação dos ideais comunistas, com uso da ironia, no rodapé das páginas (98-99 – com 42cm/col.) o narrador-*Veja* didaticamente revela um comparativo de preços: entre o papel higiênico tradicional, por 5,10 Reais, com o *Granma* (jornal oficial), que dura também uma semana no banheiro e custa 1 centavo de Real; Os *Trabajadores*, 1 centavos por Real e o Dicionário de Pensamentos de Fidel Castro, 1,2 Real. Para este último, o valor tem a ver com a qualidade de seu papel, fino e macio. A imagem de Castro, o antagonista da estória de *Veja*, está segurando o *Granma* nas mãos e com destaque na capa do Dicionário.

Um pouco mais de um mês depois, *Veja*, volta ao enquadramento dramático sobre Cuba. Desta vez, no destaque, está o erro da ONU que, em suas pesquisas sobre o Índice de Desenvolvimento Humano (IDH), coloca no ranking, Cuba e Venezuela, em posição acima, na tabela, em relação a países como o Brasil, a Colômbia e o Peru. Isso significa o uso de “Uma régua não muito precisa” (14/10/2009, ed. 2134, p. 96), destaca no título o narrador-*Veja*. A rigor, “Idealizado para comparar o estágio de bem-estar dos países, o IDH da ONU tem valor, mas não pode ser tomado como definitivo. Sua metodologia produz muitas e curiosas aberrações”, prossegue a narrativa no subtítulo, na qual o narrador, como agente da própria estória, questiona a metodologia do órgão global das Nações Unidas. Afinal, “[...] os cubanos são impedidos de viajar para o exterior e enfrentam privação [...] nas economias de mercado. [...] A Venezuela é uma ditadura que fecha jornais e emissoras de televisão, tem um governante, Hugo Chávez que rasgou a Constituição para se eternizar no poder” (14/10/2009, p.96). A Venezuela importa tudo o que consome e vive de petróleo, porém, à luz da ONU, Cuba e Venezuela “[...] são países mais evoluídos do que [...] o Brasil e a Colômbia. Basta uma dose homeopática de *bom senso* para concluir que se está diante de um erro” (14/10/2009, p.96, grifo nosso), conta o narrador-jornalista.

A rigor, questiona o narrador-jornalista, “[...] como uma ditadura comunista pode pontuar bem em desenvolvimento humano se ali faltam aos humanos conquistas básicas, como a liberdade de expressão e o direito de ir e vir?” (14/10/2009, p.96). “Adaptando-se o teste da ponte aérea, será que haveria mais pais cubanos querendo ver seus filhos estudando no Canadá e na Noruega, ou o contrário? *A resposta é óbvia*” (14/10/2009, p.97, grifo nosso).

Mas o IDH tem méritos, pois, “Ele é um indicador sintético. Foi sua simplicidade que possibilitou a participação de todos os países, mesmo os mais pobres, e a comparação entre eles”, conta Sérgio Besserman, professor de economia da PUC-Rio e ex-presidente do IBGE. No quesito educação, no entanto, o Brasil estaria fora da lista, descreve o narrador-jornalista.

A Venezuela no comando de Chávez “[...] desafia a lei da gravidade e aparece acima de Brasil, Peru e Colômbia” (14/10/2009, p.97). No que dizem as aberrações, no enquadramento dramático, o narrador questiona, “[...] as pulgas que saltam até a lua”. Pois, os dados da pesquisa da ONU são de 2007, quando houve crise internacional, colocando a Alemanha, “a nação mais rica da Europa”, na posição 22ª, “[...] bem atrás dos EUA (13ª), outro país que surfara na bolha” (inflacionária) (14/10/2009, p.97). Então, do lado direito da página (14/10/2009, p.97), o ranking dos países do IDH da ONU, com destaque (26,5cm/col.).

A ONU, que eleva a posição dos antagonistas nas escalas sociais, até mesmo um órgão internacional, passa ao papel também de antagonista, de modo que o narrador estabelece os padrões que devem definir o ranking das grandes nações desenvolvidas. Na estória de *Veja*, a realidade se apresenta a cada passo da narrativa, conforme uma lógica, a qual os países nacionalistas seguem na marginalidade, na incapacidade de se sobrepor aos protagonistas da ordem global, não se classificando para obtenção de capital simbólico. Na América Latina, destaques para Brasil, Peru e Colômbia.

O tema imprensa e liberdade de expressão voltam na narrativa de *Veja*, na sua diegese, tendo como ponto de referência a imagem formada pelo jornal oficial do regime cubano, descrito pelo narrador, que vai formando um quadro de signos sobre a imprensa e seu poder político de verdade. Desta vez, na edição de dezembro/2009, o narrador destaca Fidel Castro, com seu terno militar verde-oliva, aparece na narrativa, mostrando o *Granma*, com destaque no alto da folha da revista (38,7cm/col.), em meia página. Na legenda: “Fidel, no tempo em que ainda não usava moletom, e o jornal único e oficial de Cuba: absorvente como ele só” (23/12/2009, ed. 2144, p. 143), em *flashback* de narrativa anterior, sobre o uso que os cubanos fazem dos jornais do país, no banheiro. No título, “O modelo é o *Granma* de Fidel” (23/12/2009, p.142) descreve na narrativa, o estilo de jornalismo que os partidos progressistas brasileiros defendem para o Brasil e para a América Latina. A rigor, “Encontro sobre comunicação [Confecom] patrocinado pelo governo mostra que tipo de imprensa a esquerda quer para o Brasil. O resultado é uma *aberração*” (23/12/2009, p.142, grifo nosso), conta o narrador-*Veja*. A cara da imprensa defendida pelos representantes do governo, sindicalistas e ONGs ligadas ao PT “[...] é de *arrepisar*” (p.142, grifo nosso).

O debate em torno das leis de imprensa no Brasil revela impulsos totalitários, “[...] entre as mais soviéticas propostas aprovadas pela Confecom¹ é a criação de um observatório de

¹ 1ª Confecom, Conferência Nacional de Comunicação, realizada em dez. de 2009, em Brasília.

‘conteúdos midiáticos’ reencarnação do rechaçado Conselho Federal de Jornalismo, que o governo tentou impor” (23/12/2009, p.142). Como conta o narrador-jornalista, o objetivo é a censura prévia, a formação de “uma espécie de tribunal” para julgar jornalistas, e controlar os meios de comunicação. Em questão também a redução do limite de 30% para 10% da participação acionária de empresas estrangeiras em empresas de comunicação brasileiras. Personagem da estória de *Veja*, Demétrio Magnoli escreve: “Isso mostra o que a imprensa representa para esses segmentos: uma inimiga, organizadora social da burguesia e uma classe a ser combatida” (23/12/2009, p.142).

No Brasil, “[...] felizmente, o presidente Lula tem-se declarado um defensor incondicional da liberdade de imprensa. Por isso também, as bobagens da Confecom dificilmente terão consequência práticas” (23/12/2009, p.143), conta o narrador-jornalista. Na narrativa, o presidente brasileiro está no papel de protagonista da estória sobre as mudanças impostas para o jornalismo brasileiro, apesar de petista e governo com proximidade com os Castro. “Espera-se que eles reservem ao documento destino tão nobre quanto o dado pelo povo cubano à imprensa oficial da ilha” (23/12/2009, p.143) – como papel higiênico, no banheiro.

Meses depois, emerge no semanário da Editora Abril, o escritor da famosa obra “Cem Anos de Solidão” ao lado do ditador cubano, com amplo destaque (64,1cm/col.), no alto da página, na abertura da narrativa de *Veja*, em conversas confidenciais de amizade. Vestido com camisa com destaque para o tom vermelho (símbolo do comunismo, da esquerda), com listras pretas; e Fidel Castro com o terno militar verde oliva (poder da força coercitiva), em primeiro plano, ambos sentados. Composição que dá sentido ao título da narrativa, da primeira do episódio de 2010: “Cem anos de adulação” (10/02/2010, ed. 2151, p. 92).

Para compreender o que motiva o escritor a se dedicar à política autoritária do comunismo cubano, não seria sensato recorrer ao trabalho de um amigo do colombiano, que escreveu obra sobre sua vida, como é o caso do inglês Gerald Martin – “*Uma Vida*”. “Uma versão mais honesta dessa relação é apresentada pelo espanhol Angel Esteban e pela belga Stéphanie Panichelli no livro *Gabriel García Márquez e Fidel Castro – Os segredos de uma Amizade*” (10/02/2010, p. 92, grifo nosso), uma obra lançada nos Estados Unidos e publicada em Portugal. Conta o narrador-jornalista tratar-se de “[...] uma obra instigante não só pela riqueza de informações, todas sustentadas por inúmeras entrevistas de documentos, mas por introduzir uma discussão pertinente sobre o que leva intelectuais estrangeiros a apoiar um regime sanguinário como o cubano” (10/02/2010, p.92-93). Os autores da obra são professores

universitários de literatura e letras e conduzem a sua narrativa, no sentido de atender seus fãs de “[...] descobrirem a face nefasta de seu ídolo[...]”, escreve o narrador.

Os personagens de esquerda que se aproximam de Fidel formam um grupo seletivo e de reconhecidos intelectuais, como o cantor Chico Buarque e o arquiteto Oscar Niemeyer. “Há uma *tradição* entre parte dos *intelectuais* latino-americanos de *falar* em nome dos outros, de se considerar a *voz* dos que não falam. É uma *visão autoritária* que, como não poderia deixar de ser, produz *fascínio* pela tirania de esquerda” (10/02/2010, p.93, grifo nosso), conta o historiador Marco Antonio Villa, dando sequência à diegese narrativa de *Veja*.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

No universo complexo das narrativas apresentadas, sobressai o poder do veículo de comunicação na configuração da estória jornalística, seleção de imagens, titulação, legendas, estando o jornalista submetido à organização, porém no campo de ação dos acontecimentos-intriga com suas peculiaridades ideológicas e profissionais. Neste contexto específico, no entanto, a atenção se volta para os personagens da trama em conformidade com a performance ordenada pelo semanário paulista, com vozes singulares dos protagonistas, que na estória são legitimadas para produção de sentido definidas pelo seu capital simbólico.

Nesta perspectiva, a análise ganha importância na definição de conceitos e significados das narrativas para construção de metanarrativas na definição de verdades para composição da realidade política e social. Assim, emerge na estória a ideologia de uma sociedade capitalista, neoliberal globalizada, com redução do Estado a depender da busca dos enquadramentos dramáticos na diegese, com deixas simbólicas de negociação de sentido com o interlocutor de *Veja*. Os governos ditos socialistas, bem como seus aliados políticos, são ordenados no papel de antagonistas na trama, deslegitimados, questionados a cada passo da narrativa na perspectiva de visão de mundo determinante na esteira da globalização econômica. Assim, as vozes hegemônicas ganham peculiar importância no papel de protagonistas concernente com a estratégia do narrador.

No campo político da narrativa jornalística de *Veja* as disputas se mostram necessárias diante do poder de representação simbólica dos antagonistas, o que requer uso de figuras de linhagem como a ironia, com vistas ao projeto do narrador, com reprodução de outras narrativas ordenadas ideologicamente, em forma de eco discursivo. Os enunciados devem consensuais e convincentes conforme no desígnio de performance aos personagens com

poderes políticos, no papel de protagonistas e antagonistas nos acontecimentos-intrigas. Nesta perspectiva, há enfrentamento entre os agentes selecionados pelo narrador os quais são ordenados em núcleos simbólicos na trama de *Veja*, cuja estória por vezes o próprio narrador-veículo entra na disputa, como agente da narrativa jornalística. Há a busca por elementos de memória (*flashbacks*) no tempo, de modo a dar tessitura à trama, chegando assim à metanarrativa, a sua ideologia, na comunicação com o leitor, na tentativa de composição sistemática discursiva. Como pano de fundo o neoliberalismo proveniente do capitalismo industrial, como modelo hegemônico.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALMEIDA, Maria Fernanda Lopes. *Veja: sob Censura (1968-1976)*. São Paulo: Jaboticaba, 2008.
- BOURDIEU, Pierre. *O Poder Simbólico*. 14ª ed., Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2010.
- CALDERÓN, Fernando; CASTELLS, Manuel. *A Nova América Latina*. Rio de Janeiro: Zahar, 2021.
- CANCLINI, Néstor Garcia. *Latino-americanos à procura de um lugar neste século*. São Paulo: Iluminura, 2008.
- EAGLETON, Terry. *Ideologia*. São Paulo: Unesp, 1997.
- FOUCAULT, Michel. *A Ordem do Discurso*. São Paulo: Loyola, 1996.
- MCLUHAN, Marshall. *Os Meios de Comunicação Como Extensões do Homem*. São Paulo: Cultrix, 2006.
- MORAES, Dênis (org.). *Mídia, Poder e Contrapoder: da democracia monopólica à democratização da informação*. São Paulo: Boitempo, 2013.
- MOTTA, Luiz Gonzaga. *Análise Crítica da Narrativa*. Brasília: Editora UnB, 2013.
- SILVA, Antonio Sebastião da. *Mediações Latino-americanas: as vozes das narrativas da revista Veja na Construção de sentido político-ideológico regional*. Florianópolis: Insular, 2020.
- SILVA, Carla Luciana Souza da. O “Admirável Mundo” de *Veja*: Influências Sociais de uma Revista De Informação. *HOL*, 2008, n. 15, 89-105.
- THOMPSON, John B. *A Mídia e a Modernidade: uma teoria social da mídia*. Petrópolis: Vozes, 1998.

POSFÁCIO

“Pragmatismo utópico”

Celebrar os 15 anos do Grupo de Pesquisa (GP) América Latina da INTERCOM é, antes de tudo, reconhecer a vitalidade e a relevância de um espaço acadêmico que se consolidou como referência para os estudos do Pensamento Comunicacional e Cultural Latino-americano (PCLA). Esta obra resgata a história do grupo e reúne um conjunto significativo de investigações que refletem a diversidade, a complexidade e o compromisso ético-político que marcaram sua trajetória.

Não se trata de mera compilação de artigos. É um testemunho da resiliência intelectual e do compromisso de pesquisadores que, inspirados pela visão de José Marques de Melo (*in memoriam*) e pavimentados pela iniciativa de suas fundadoras e seus coordenadores, buscaram compreender a América Latina a partir de suas próprias lentes, valorizando suas teorias, seus teóricos e, acima de tudo, suas singularidades. A obra como um todo se destaca por sua interdisciplinaridade, abrangendo temas que vão da análise midiática à educação, da cultura digital à cidadania comunicativa, sempre com um olhar crítico e profundamente enraizado nas realidades latino-americanas.

Ao longo de suas páginas, os capítulos apresentados demonstram como o GP América Latina foi um território fértil para o debate e a produção de conhecimento engajado com as realidades e nos oferece múltiplas lentes para a compreensão de nossa região. Cada texto, em sua singularidade, contribui para tecer um panorama rico e multifacetado da comunicação na América Latina, sempre atento às suas especificidades históricas, culturais e políticas.

A primeira parte do livro nos convida a uma reflexão multifacetada sobre a interseção entre mídia, cultura e os desafios sociais da América Latina. A segunda parte aprofunda-se em questões de interatividade, inclusão digital e a vitalidade das epistemologias locais na comunicação. A terceira parte aprofunda-se em como o jornalismo e as mídias moldam percepções, identidades e exercem poder, especialmente na América Latina.

Em conjunto, esta obra oferece pelo menos quatro contribuições centrais para o campo da comunicação:

- d) Reafirma a urgência de um pensamento comunicacional latino-americano, que valorize epistemologias próprias, contextos locais e teóricos da região.

- e) Evidencia o papel transformador da comunicação como prática cidadã, educativa e política, capaz de fomentar contra-hegemonias e projetar futuros mais justos.
- f) Integra temas clássicos e emergentes, mostrando a vitalidade do campo para dialogar com questões como tecnologia, identidade, memória, território e decolonialidade.
- g) Honra a trajetória do GP América Latina como um espaço de acolhimento, formação e resistência acadêmica, que agregou gerações de pesquisadores e pesquisadoras comprometidos com a América Latina.

Que este livro sirva não apenas como memória, mas como semente para futuras investigações. Que inspire novas gerações a seguir com “pragmatismo utópico”, como ensinava o professor José Marques de Melo, e a continuar construindo, com coragem e criatividade, uma comunicação plural, diversa e profundamente latino-americana.

Profa. Dra. Jane Aparecida Marques

Professora Livre Docente na área de Comunicação e Marketing
Universidade de São Paulo (USP)
Ex-Coordenadora do GP América Latina

Outubro de 2025

ORGANIZADORES DA OBRA

Paulo Vitor Giraldi Pires

Pesquisador e Bolsista de Pós-doutorado no Exterior (PDE) pelo CNPq (2022-2023), com Estágio na Pontificia Universidad Javeriana (Colômbia). Educação Executiva em Data Science: Machine Learning (PH125.8x) pela Harvard University (edX Platform), HARVARDX, Estados Unidos (2025). É Docente Colaborador credenciado da Fundação Escola de Governo (ENA), em convênio com a École Nationale D'Administration LENA da França (2025-atual). Concluiu o Pós-doutorado (2023) no Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação na Universidade de São Paulo (ECA-USP), o doutorado (2019) em Comunicação e Sociedade pela Universidade de Brasília (FAC-UnB). Vice-Diretor do Departamento de Rádio e TV Digital da Universidade Federal do Amapá/UNIFAP (2018-2020). Chefe da Assessoria Especial da Reitoria da UNIFAP (2019-2020). Diretor Executivo da Rádio e TV Digital Universitária da UNIFAP (2020-2023). Professor Efetivo Adjunto do DEPLA/UNIFAP, nos cursos de graduação, desde 2016. Coordenador do Grupo de Pesquisa Pensamento Comunicacional e Cultural Latino-Americano da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação INTERCOM (2020-2025). Integra (2011) o Grupo de Pesquisa sobre o Pensamento Comunicacional Latino-Americano (PCLA) do CNPq, e em (2017) o Grupo Comunicação, Mercado e Tecnologias (COMERTEC) do CNPq. No âmbito da Cooperação Internacional, participa da Red Latinoamericana de Cátedras y Observatorios de Comunicación CATEDRA UNESCO (2021), da Associação Latino-Americana de Pesquisadores em Comunicação ALAIC (2012) e do Consejo Latino-Americano de Ciencias Sociales CLACSO/Argentina (2022), em diálogo com o Grupo de Estudos CELACC "Opressões, Existências e Resistências" da Universidade de São Paulo (ECA-USP). ORCID: <https://orcid.org/0009-0001-5166-0389>.

E-mail: paulogiraldi2@gmail.com

Maria Cristina Gobbi

Bolsista de Produtividade do CNPq. Pesquisadora Livre-Docente em História da Comunicação e da Cultura Midiática na América Latina (2014) pela Unesp. Concluiu o Pós-doutorado (2008) no Programa de Pós-Graduação em Integração da América Latina da Universidade de São Paulo - PROLAM/USP, o doutorado em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo (2002). Diretora Administrativa (2023-atual) e Editora da Revista da Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIC) 2017-2024). Chefa (2024-2026) do Departamento de Jornalismo da FAAC-Unesp; Vice-Chefa do Departamento de Comunicação Social da FAAC-Unesp (2023-2024). Atualmente é bolsista Fapesp (2023-2025) com o projeto Enciclopédia Digital do Pensamento Comunicacional Latino-Americano (PCLA) - Seção MULHERES na Comunicação. Professora Associada (RDIDP) da UNESP, nos cursos de graduação e nos programas de Pós-Graduação em Comunicação e em Mídia e Tecnologia, desde 2008. Coordenadora do Grupo de Pesquisa sobre o Pensamento Comunicacional Latino-Americano (PCLA) do CNPq. Ganhadora do Prêmio Luiz Beltrão - Categoria: Maturidade Acadêmica da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (2014). Integra (2023) o INCT Caleidoscópio Instituto de Estudos Avançados em Iniquidades, Desigualdades e Violências de Gênero e Sexualidade e suas Múltiplas Insurgências e em (2022), a Red Iberoamericana de Investigadores en Cultura y conocimiento de los Sistemas Alimentarios (México) e Pesquisadora associada (coordenadora e integrante do grupo fundador) da Red Latinoamericana de Cátedras y Observatorios de Comunicación e Información, Cultura, Desarrollo Social y Derechos Humanos, congregada pelos países: Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, Perú, México. Signatário: Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina (Ciespal), com sede em Quito, no Equador..

Atua na área de Comunicação, com ênfase em História da Comunicação e da Cultura Midiática, História e Memória (Comunicação), Comunicação Latino-Americana, Cultura Popular, Diversidade Cultural, Comunicação e Gênero, Jornalismo e suas nuances sociais e tecnológicas na América Latina. Bolsista de Produtividade do CNPq. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5629-5010>. E-mail: cristina.gobbi@unesp.br

Jane Aparecida Marques

Professora Livre Docente na área de Comunicação e Marketing na Universidade de São Paulo. Possui graduação em Português pela Universidade de São Paulo (1994), especialização em Marketing pela Escola Superior de Propaganda e Marketing, mestrado (2003) e doutorado (2008) em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo. Atual coordenadora do curso de Pós-Graduação Interunidades em Estética e História da Arte da Universidade de São Paulo e atua também no Mestrado Profissional em Empreendedorismo, da Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade e no curso de graduação em Marketing da Escola de Artes, Ciências e Humanidades, todos da Universidade de São Paulo. Líder do Grupo de Pesquisa em Comunicação, Inovação e Criatividade. Tem experiência na área de Comunicação, com ênfase em Mercadologia, atuando principalmente nos seguintes temas: pesquisas de recepção e consumo, novas mídias, novas gerações, marketing cultural, mercado de arte, inovação, indústrias culturais criativas, criatividade, empreendedorismo e empreendedorismo de impacto. E-mail: janemarq@usp.br

Ana Paula Almeida Miranda

Jornalista (registro 12143/DF), Publicitária (registro 864/DF), bacharel em Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda (2010), Especialista em Marketing (MBA em Gestão de Marketing - 2013), Mestre em Comunicação pela Universidade Católica de Brasília (UCB-2018) e Doutora em Comunicação Social pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS-2024), com financiamento da CAPES. Período de pesquisa SWE realizado em 2023 na Pontifícia Universidade Javeriana (PUJ), em Bogotá, Colômbia, com financiamento do CNPq. Atualmente, bolsista pela Fundação de Amparo à Pesquisa e Inovação do Estado de Santa Catarina (FAPESC), conforme o EDITAL FAPESC/SAR N. 52/2024. Pesquisadora em Ciências da Comunicação, com foco em viés mercadológico etnográfico. Integrante da Rede Folkcom teoria da comunicação. Vice-coordenadora do GP Pensamento Comunicacional e Cultural Latino-Americano na INTERCOM (2022-2025). E-mail: paulamiranda.comunicacao@gmail.com

Juliana Salles de Souza

Doutora (2024) e Mestra (2019) em Ciências, na linha de pesquisa Comunicação e Cultura, do Programa de Pós-Graduação em Integração da América Latina (PROLAM-USP). Possui graduação em Jornalismo pela Faculdade PAULUS de tecnologia e Comunicação (2015). É membro do grupo de pesquisa Movimentos Sociais, Cultura, Comunicação e Território na América Latina, do Centro de Estudos Latino-Americanos sobre Cultura e Comunicação (CELACC-USP) e integrante do Observatório de Coletivos Culturais das Periferias de São Paulo (OCCP-USP). Tem experiência na área de Comunicação, com ênfase em Jornalismo e Editoração. Em pesquisa, atua principalmente nos seguintes temas: comunicação popular, alternativa e comunitária; jornalismo de quebrada; periferias; América Latina; cultura; interfaces entre comunicação e educação; educação popular; educomunicação; movimentos culturais; cidadania; Estudos Culturais; e Geografias da Comunicação. E-mail: julianasalles@usp.br



Este livro foi composto
em Book Antiqua pela Editora da
Universidade Federal do Amapá.
**Textos Editados em 2024.*



Diante de suas múltiplas vertentes analíticas e empíricas, a Comunicação, no âmbito do GT América Latina, não se dispersou em seu percurso. Ao contrário, demarcou fronteiras e abriu novas possibilidades de pensar e estudar a América Latina a partir dos processos e sujeitos comunicacionais, valorizando teorias e autoras(es) do campo.
